

# "Let me entertain you?"

## *En studie av informasjonsformidlingen i NRK og TV2s "folkemøter"*

Lise Merkesdal



Masteroppgave ved Institutt for statsvitenskap

UNIVERSITETET I OSLO

23.05.2014

# Let me entertain you?

*- En studie av informasjonsformidlingen i NRK og TV2s "folkemøter"*

© Lise Merkesdal

År: 2014

Tittel: "Let me entertain you?" – En studie av informasjonsformidlingen i NRK og TV2s "folkemøter"

Forfatter: Lise Merkesdal

<http://www.duo.uio.no/>

Antall ord: 38219

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

# Sammendrag

I denne oppgaven analyseres hvorvidt informasjonsformidlingen til fjernsynskanalerne NRK og TV2 kan anses som tilstrekkelig for at seerne skal få opplyst forståelse. For å analysere dette, har utgangspunktet vært de fjernsynssendte *folkemøtene*, som har vært et fast innslag i NRKs valgsendinger siden 1989. Senere benyttet også TV2 seg av dette konseptet i sine valgsendinger. Folkemøtene er som regel kanalenes hovedsending i valgkampen, i form av å være den samlende hoveddebatten som har høyest seerskare. Siden folkemøtene er en arena hvor publikum innhenter informasjon, er det spesielt interessant å analysere hvorvidt kanalene har en god informasjonsformidling i sendingene. På bakgrunn av dette lyder den overordnede problemstillingen som følger: *"I hvilken grad og på hvilken måte tilfredsstiller NRK og TV2 kravene til opplyst forståelse og hvordan har deres dekning av valgkampen utviklet seg over tid?"* Denne oppgaven vil derfor ta for seg NRK og TV2s folkemøter, i tidsperioden 2001-2013. Ettersom flere studier om medienes makt, og spesielt fjernsynets makt, har resultert i et ganske dystert bilde av medienes påvirkningskraft på den politiske arena, er hensikten til denne oppgaven å undersøke om valgsendingene er så lite informative som man kan få inntrykk av. Problemstillingen er delt inn i to underproblemstillinger, som igjen er knyttet til hvert sitt analysekapittel. Det første analysekapittelet forsøker å besvare hvorvidt folkemøtets format er informativt for seerne, mens andre analysekapittel forsøker å gi svar på hvordan programlederen påvirker gangen i debattene. Analysen er gjennomført med kvalitativ innholdsanalyse som metode, for å kunne gjøre et dypdykk inn i materialet. Det teoretiske rammeverkene for oppgaven er massekommunikasjonsteoriene om agendasetting, priming og framing. Ettersom disse teoriene hevder at mediene har en unik makt, fungerer disse som et godt rammeverk for å undersøke om vi kan se tendenser til disse teoriene i folkemøtene.

Hovedfunnene i denne oppgaven viser at fjernsynets informasjonsformidling er bedre enn tidligere forskning har hevdet. Riktignok var de tidligste valgårene preget av høy grad av underholdning, og lite informasjonsflyt. Til gjengjeld har dette endret seg i de to siste valgårene, og vi kan se tendenser til mer informative folkemøter. Det finnes imidlertid flere elementer i folkemøtene som må forbedres for å kunne si at sendingene er særdeles informative, men sammenlignet med tidligere år, er fjernsynskanalerne på god vei.

# Forord

At denne oppgaven har blitt ferdig i tide, er på grunn av hjelp og råd fra en rekke bidragsyttere. Først og fremst må jeg rette en stor takk til min veileder, Bernt Aardal. Jeg kunne ikke bedt om en bedre veileder. Konkrete tilbakemeldinger, råd på veien og alltid en åpen dør er bare noen av de tingene han har bidratt med. Man føler seg alltid litt mer inspirert til å skrive på oppgaven etter en av hans (mange) veiledningstimer. Uten Bernt sine råd og hjelp, er det mulig at jeg fortsatt hadde holdt på med det første kapittelet.

Jeg må også rette en takk til Anders Todal Jenssen ved Institutt for statsvitenskap ved NTNU som først trigget interessen for den medialiserte politikken og politisk atferd da jeg tok min bachelorgrad der. Hans forskning har i tillegg gitt meg mye stoff for denne oppgaven, noe som har hjulpet utformingen og retningen oppgaven har tatt. Også Sigurd Allern ved Institutt for medier og kommunikasjon fortjener en takk. Hans bok *Fjernsynsvalgkampen* har dannet grunnlaget for mye av denne oppgaven, og har blitt benyttet flittig som et oppslagsverk underveis i prosessen.

Også gode studiekamerater har bidratt til denne oppgaven. Thea, Jesper, Edvard og Marius; dere er supre! Takk for at dere har lest kapitlene mine opp til flere ganger og kommet med konstruktive tilbakemeldinger. Og ikke minst takk for at dere har vært gode diskusjonspartnere når jeg har vært usikker på visse elementer.

Til slutt fortjener samboeren min, Roy André, en stor takk. Takk for at du leste gjennom denne masteroppgaven, selv om det ikke akkurat er ditt interessefelt. Men mest av alt fortjener du en takk for at du har giddet og hørt på meg de gangene jeg har følt meg lite inspirert, og at du er oppmuntrende de gangene jeg blir litt nervøs over hva som venter meg når jeg er ferdig med denne prosessen.

Eventuelle feil og mangler i oppgaven er naturligvis forfatterens eget ansvar.

Oslo, 23.05.2014

Lise Merkesdal



# Innholdsfortegnelse

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Den medialiserte politikken .....                       | 1  |
| 1.1   | Innledning .....  | 1  |
| 1.2   | Hvilken rolle spiller mediene i dag? .....              | 2  |
| 1.2.1 | Forandringer i velgeratferden .....                     | 2  |
| 1.2.2 | Politikkens medialisering .....                         | 3  |
| 1.3   | Tidligere forskning og teoretisk bakteppe .....         | 5  |
| 1.3.1 | Agendasetting .....                                     | 6  |
| 1.3.2 | Priming .....   | 7  |
| 1.3.3 | Framing .....   | 8  |
| 1.3.4 | Valgkampens tre stadier .....                           | 9  |
| 1.3.5 | Den norske valgkampen .....                             | 11 |
| 1.4   | Folkemøtene med programlederen i fokus .....            | 13 |
| 1.4.1 | Folkemøtenes rolle i den korte valgkampen .....         | 14 |
| 1.4.2 | Programlederrollen .....                                | 15 |
| 1.5   | Problemstillingen .....                                 | 16 |
| 1.5.1 | Hvorfor en komparativ studie av folkemøtene? .....      | 19 |
| 1.6   | Guide til oppgaven .....                                | 20 |
| 2     | Metodisk tilnærming .....                               | 21 |
| 2.1   | Forskningsdesign: Casestudie .....                      | 21 |
| 2.1.1 | Kvalitativ innholdsanalyse .....                        | 22 |
| 2.2   | Datagrunnlag .....                                      | 23 |
| 2.2.1 | Folkemøtene – en ny retning i fjernsynsvalgkampen ..... | 24 |
| 2.3   | Gjennomføring .....                                     | 26 |
| 2.4   | Metodiske utfordringer .....                            | 29 |
| 3     | En analyse av NRKs og TV2s ”Folkemøter” .....           | 31 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.1   | 2001 – Politikerne svarer .....                     | 33 |
| 3.1.1 | Oppsummering .....                                  | 35 |
| 3.2   | 2005 – TV2 kopierer NRKs folkemøter .....           | 35 |
| 3.2.1 | NRK – Underholdningens år .....                     | 35 |
| 3.2.2 | Folkemøte med Holmgang-preg .....                   | 39 |
| 3.2.3 | Oppsummering .....                                  | 41 |
| 3.3   | 2009 – Fortsatt publikum, men lite show .....       | 42 |
| 3.3.1 | NRKs partilederdebat .....                          | 42 |
| 3.3.2 | Folkemøter lagt til TV2s studio .....               | 43 |
| 3.3.3 | Oppsummering .....                                  | 45 |
| 3.4   | 2013 – NRK står igjen alene .....                   | 45 |
| 3.4.1 | Oppsummering .....                                  | 48 |
| 3.5   | Folkemøtene – underholdende eller opplysende? ..... | 48 |
| 3.5.1 | Folkemøtets format .....                            | 48 |
| 3.5.2 | Hvem får delta? .....                               | 50 |
| 3.5.3 | Fører folkemøtene til opplyst forståelse? .....     | 57 |
| 4     | Programlederens rolle .....                         | 58 |
| 4.1   | 2001 – Anne Grosvold og Jon Gelius .....            | 62 |
| 4.1.1 | Programlederroller i 2001 .....                     | 63 |
| 4.1.2 | Bruk av tolkningsrammer .....                       | 65 |
| 4.2   | 2005 – Knut Olsen .....                             | 67 |
| 4.2.1 | Programlederroller i 2005 .....                     | 69 |
| 4.2.2 | Bruk av tolkningsrammer .....                       | 70 |
| 4.3   | 2005 og 2009 – Oddvar Stenstrøm .....               | 72 |
| 4.3.1 | Programlederroller i 2005 og 2009 .....             | 73 |
| 4.3.2 | Bruk av tolkningsrammer .....                       | 75 |
| 4.4   | 2009 – Atle Bjurstrøm og Nina Owing .....           | 76 |



|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 4.4.1 | Programlederroller 2009 .....                       | 77  |
| 4.4.2 | Bruk av tolkningsrammer .....                       | 79  |
| 4.5   | 2013- Jarle Roheim Håkonsen og Ingunn Solheim ..... | 80  |
| 4.5.1 | Programlederrollen 2013 .....                       | 81  |
| 4.5.2 | Bruk av tolkningsrammer .....                       | 82  |
| 4.6   | Hvordan påvirker programlederen debatten? .....     | 84  |
| 5     | “Let me entertain you”? .....                       | 89  |
| 5.1   | Fjernsynets rolle og påvirkning .....               | 91  |
| 5.2   | Funnenes implikasjoner .....                        | 95  |
| 5.3   | Veien videre .....                                  | 97  |
|       | Litteraturliste .....                               | 100 |
|       | Vedlegg .....                                       | 105 |

|   |    |
|---|----|
| Tabell 3.1 – Temaene for folkemøtene satt opp mot hvilke temaer velgerne anser som viktig ..... | 50 |
| Tabell 3.2 – Partienes deltakelse i folkemøtene 2001-2013* .....                                | 53 |
| Tabell 4.1 – Programledernes roller, 2001 .....   | 64 |
| Tabell 4.2 – Programlederens rolle, 2005, NRK .....   | 69 |
| Tabell 4.3 – Programlederens rolle, 2005 og 2009, TV2 .....                                     | 73 |
| Tabell 4.4 – Programledernes rolle, 2009, NRK .....   | 77 |
| Tabell 4.5 – Programlederroller 2013 .....  | 81 |
| Tabell 4.6 – Programledernes roller 2001-2013* .....  | 85 |
| Tabell 4.7 – Benyttede tolkningsrammer 2001-2013 .....  | 86 |



# 1 Den medialiserte politikken

*”NRK skal [...] støtte demokratiet gjennom et mangfoldig tilbud av nyheter, fakta, kommentarer og debatt om samfunnsspørsmål [...] Programvirksomheten skal preges av allsidighet, upartiskhet, saklighet og skal legge vekt på det vesentlige.”* – NRKs formålsparagraf.

*”TV 2 skal utøve sin programvirksomhet etter prinsippene for ytringsfrihet og redaksjonell selvstendighet”.* – TV2s konsesjonsvilkår.

## 1.1 Innledning

Denne oppgaven handler om hvorvidt fjernsynsdebatter bidrar til at velgerne får god informasjon om de politiske alternativene og bred innsikt om ulike politiske saker i valgkampen. Vi som velgere har vent oss til at mediene, og fjernsynet spesielt, har blitt den viktigste politiske arenaen. Slik har det ikke alltid vært. Mediene startet som talerør for partiene, noe som innebar at journalistenes jobb var å formidle de sakene partiene anså som viktige. Forandringen har vært dramatisk. Nå opererer mediene som selvstendige aktører, uavhengig av politikerne og partiene. Dette har ført til hva man kaller ”medialisering” av politikken. Denne medialiseringen betegner *”hvordan de politiske aktørene og institusjonene påvirkes av og tilpasser seg endringene i mediene”* (Jenssen 2007:10). Denne forandringen har ført til at velgerne har blitt vant med at man kan følge med i mediene for å få informasjon om politikk. Det er med andre ord mediene som blir den aller viktigste aktøren – de sakene som ikke omtales, vet man lite om.

Utviklingen av mediene og de politiske partiene kan sies å ha gått hånd i hånd, om enn i noe ulike retninger. Det er blitt hevdet at mediene, med fjernsynet i spissen, har overtatt rollen som kommunikator av nyheter og politiske saker. Det er derfor antydnet at mediene har gått så langt at de har erstattet partiene som den dominerende kilden til informasjon (Eide 1991:23). Båndet mellom velgernes sosiale bakgrunn og deres politiske preferanser har også blitt svekket (Waldahl og Narud 2004:15). Dette har ikke bare ført til økte velgervandringer og mindre stabile velgerpreferanser – det har også forsterket viktigheten av valgkampen. Så

mange som halvparten av alle velgere bestemmer seg for hva de skal stemme i løpet av denne perioden. Her står mediene som informasjonsformidlerne, og har dermed den unike muligheten til å bestemme hvilke saker som skal få oppmerksomhet. Partiene har derimot liten mulighet til å påvirke beslutningen.

## **1.2 Hvilken rolle spiller mediene i dag?**

Medienes rolle er i dag svært annerledes enn rollen de hadde på partipressens tid. For å forstå hva som menes med medialisering av politikken, vil jeg i det følgende ta for meg bakgrunnsinformasjonen som kan kaste lys over denne utviklingen, og ikke minst hvorfor valgkampen har fått en økt betydning, både for velgerne, partiene og mediene.

### **1.2.1 Forandringer i velgeratferden**

Tidsperioden før fjernsynet var karakterisert av sterke politiske partier. Dette innebar at velgerne identifiserte seg med bestemte partier og stemte ut i fra ideologisk ståsted og klassetilhørighet. Å være tilknyttet ett parti var selve essensen i velgeratferden (Borre 2007:202), noe som både skapte relativt forutsigbare valg og fast støtte for partiene, hovedsakelig i form av medlemskontingent og medlemsmasse. De siste tiårene har vi imidlertid sett en endring i dette mønsteret. Det har vært en sterk nedgang i partiidentifikasjon, noe som har ført til større velgervolatilitet mellom partiene (Aardal 2003; Aardal 1999). Det båndet som tidligere knyttet velgerne til et bestemt parti har nå blitt svekket. Hva man har stemt ved et valg forutsetter ikke lenger at man stemmer det samme ved neste valg. I 2009 bestemte så mange som halvparten av velgerne seg for hva de skulle stemme i løpet av valgkampen (Karlsen 2011:43). Dette kan være et resultat av svekket partiidentitet, og gir derfor valgkampen en viktigere rolle enn før. Velgerne benytter seg av valgkampen for å bestemme seg for hvilket parti de vil gi sin stemme til. Dette har ført til at også partiene har sett seg nødt til å bruke denne perioden på å vinne nye velgere, samtidig som de må mobilisere de gamle.

Denne velgervolatiliteten har spesielt kommet til uttrykk ved at saksstemmegivning har fått økt aktualitet. Dette innebærer at hvilke saker som er på dagsorden i løpet av valgkampen har betydning for partienes oppslutning (Waldahl og Narud 2004:23). Velgerne stemmer på det partiet de oppfatter at har best politikk i saker de anser som viktige. Hvilke saker velgerne

anser som viktige vil som oftest forandre seg fra valg til valg. For noen er skolepolitikken viktig ved et valg, mens helsepolitikken er viktig ved det neste og så videre. Dette fører til ekstra dragkamp mellom partiene for å vinne de usikre velgerne.

### **1.2.2 Politikkens medialisering**

Etter valget i 2001 uttalte lederen for politisk avdeling i TV2, Elin Sørsdahl, at *"Ja, vi styrer valgkampen. Vi styrer hvem som får slippe til og hvilke temaer som skal tas opp. Og hva så? Hvem skal ellers bestemme? Politikerne eller medierådgiverne?"* (Allern 2004:141). Basert på et slikt utsagn kan man hevde at mediene ikke bare har fått økt makt, de har også skapt en avmakt hos politikerne. Det er tydelig at det nå er mediene som bestemmer hva partiene må mene noe om i valgkampen.

"Medievalgkampen" har derfor blitt et essensielt begrep (Karlsen 2011:42). Mediene utviklet seg fra å være et talerør for partiene via partipressen til å bli frie aktører som begynte å diktere hvordan store deler av valgkampen skulle foregå (Thorbjørnsrud 2007:10). Fra og med 1970-tallet begynte journalistikken å forandre seg. Tiden hvor politikerne bestemte hvordan budskapet skulle presenteres var over. Fjernsynet ble viktigere, og dersom politikerne ville ha taletid på skjermen, måtte de føye seg etter de regler som ble lagt for sendingen. Synlighet på fjernsynsskjermen ble nødvendig for å nå ut til velgerne, for det var ingen annen plattform som nådde så bredt. Dersom partiene ikke fikk tid på skjermen, var det få som fikk med seg hva de hadde å si. For eksempel så kan kanskje FrPs valgsuksess i 1973 forstås med bakgrunn i at de fikk plass i fjernsynsdebattene (NRK 2013). Fjernsynets utvikling har fortsatt. Når vi nå snakker om "valgkampen" tar vi for gitt at det innebærer flere fjernsynssendte debatter og andre valgkampsendinger. Naturligvis har det også kommet nye former for medieplattformer, som internett og sosiale medier, men undersøkelser viser at i Norge er det fortsatt fjernsynet velgerne følger mest med på for å få informasjon i valgkampen (Aalberg og Jenssen 2007; Aardal, Krogstad, og Narud 2004; Karlsen 2011).

At mediene utviklet seg kan forklares med at journalismen i seg selv også ble forandret. Etter partipressens tid var det viktig for journalistene å snakke med sin egen stemme, og ikke lenger fungere som et "mikrofonstativ" for politikerne (Jenssen og Aalberg 2007:251). Journalistikken ble til et eget fag og profesjonalisert. Dette profesjonsskiftet ble spesielt bygget opp under tanken om at journalistene hadde et samfunnsoppdrag, hvor de skulle

forsøke å leve opp til en ”samfunnskontrakt”. Essensen i denne samfunnskontrakten var at en fri presse og gravende journalistikk var en av demokratiets hjørnesteiner (Eide 2011:18–19). Samfunnskontrakten baserer seg på at journalistene leverer en tjeneste som er til nytte for resten av samfunnet (Eide 2011:19). Dette er viktig siden kontrakten ikke bare er et ideal man skal følge, men et løfte til borgerne om at mediene skal være der for å avdekke viktige saker. Det er imidlertid like viktig at mediene ikke overspiller sin rolle ved å vri og vende om på nyhetene. Dersom dette skjer svikter de sin samfunnskontrakt.

En slik samfunnskontrakt baserer seg altså på at mediene skal bidra til å fremme demokrati ved å øke kunnskapen hos velgerne. Dette skal føre til en sterkere *opplyst offentlighet*, som Dahl (1998:37–38) hevder er en av forutsetningene for et velfungerende demokrati. Han argumenterer for at borgerne i samfunnet må ha like muligheter til å tilegne seg kunnskap om relevant politikk og dets konsekvenser. Han nevner i tillegg fire andre kriterier som er vesentlige for demokratiet. Et av disse er kriteriet om *effektiv deltakelse*. Dette innebærer at borgerne skal kunne gi uttrykk for hvilke synspunkter de har og hvordan de mener politikken bør utformes. Et annet kriterium er *lik rett til å stemme*; alle borgerne skal ha rett til å stemme for å påvirke fremtidig politikk, og alle stemmer skal telle likt. Videre skal borgerne ha *kontroll over agendaen*. Det vil si at innbyggerne i et demokrati skal ha muligheten til å bestemme hvilke saker som kommer på dagsorden. Det siste kriteriet er *inkludering*. Med dette mener han at alle voksne borgere skal ha fulle rettigheter basert på de fire foregående kriteriene.

Dahls *opplyste offentlighet* kan knyttes opp mot samfunnskontrakten. Dette er fordi mediene har tatt ansvaret for å opplyse innbyggerne om politiske saker. Man skal dermed ikke være nødt til å sette seg inn i tunge saksdokumenter, samtlige partiprogram og lignende, men likevel få en forståelse av partienes politikk ved å være oppdatert på nyhetsbildet. Utfordringen som følger med dette ansvaret, er at ulike medier også konkurrerer mot hverandre. Avisene kjemper om å ha de mest spennende sakene for å sikre seg høye lesertall, mens tv-kanalene gjør det samme for å sikre seg høye seertall. Dermed kan man spørre seg om denne konkurransen kan gå på bekostning av kvaliteten på den informasjonen som blir sendt ut. Dersom dette er tilfelle kan det føre til at velgerne går glipp av mye informasjon som kunne påvirket deres politiske syn og valg. Dersom det er slik at mediene legger til side sitt

samfunnsansvar på grunn av konkurranse, bør man diskutere om mediene har gått fra å være demokratiets voktere til og heller bli et demokratisk problem i seg selv.

At mediene konkurrerer mot hverandre for å sette dagsorden kommer spesielt til syne under valgkampen. Det er også her medienes makt synliggjøres. Dette er en intensiv periode hvor mediene øker sitt politiske stoff, og hvor partiene er avhengig av å få medieoppslag som taler til deres fordel. De siste fire ukene før valget setter derfor politikerne inn støtet, og det er i denne perioden partienes skjebne bestemmes (Waldahl og Narud 2004:182). Valgkampen er i tillegg en periode som velgerne anser som viktig. Tall fra 2009 viser at hele 7 av 10 diskuterer valget på daglig basis (Karlsen 2011:57). Ettersom velgerne får mye av sin informasjon fra medieoppslag, er det viktig for partiene at saker de har troverdighet på kommer på dagsorden. Ved at mediene har et sterkt fokus på et parti, øker det velgernes bevissthet om dette partiet. Forskning viser at sammenhengen mellom partiets synlighet i mediene og deres oppslutning ved valget er meget sterk (Waldahl og Narud 2004:192). Medienes rolle preger ikke bare partiene, men også valgresultatene.

### **1.3 Tidligere forskning og teoretisk bakteppe**

Medienes unike rolle har vært et viktig tema for forskningen, spesielt fra og med andre halvdel av 1900-tallet. Forskningens fokus har imidlertid vært forskjellig. Noen har valgt å se på medienes utvikling alene, andre har sett på hvordan mediene generelt påvirker valgkampen gjennom en teoretisk forankring. Andre har igjen hatt et fokus kun på fjernsynets rolle. Det vil derfor følge en redegjørelse for hovedbildet på forskningen om medienes utvikling og påvirkning. Først og fremst vil jeg ta for meg tre av teoriene som har preget studier innen massekommunikasjon. Deretter vil jeg gå nærmere inn på utviklingen av valgkampen. Hensikten er å belyse at valgkampen har blitt viktigere for både velgerne og politikerne. Som tidligere nevnt har mediene en sterk påvirkningsmulighet i denne perioden. Positive oppslag kan trekke velgere mot et parti, mens negative oppslag kan ha motsatt effekt. Valgkampen gir derfor en unik anledning til å studere medienes mulighet til å påvirke politikken. Valgkampen er politikken mest intensive periode, og det er her valget avgjøres. Dette fører til at det er i denne perioden vi vil kunne se hva politikerne og mediene gjør for å fremme ulike synspunkter for velgerne. Avslutningsvis vil jeg også fokusere på forskning som har omhandlet medier og valgkamp i Norge spesielt.

### 1.3.1 Agendasetting

Teorien om *agendasetting* – eller *dagsordeneffekter* – har blitt ett av de viktigste bidragene innenfor medieforskning. Denne teorien baserer seg på at det er en sterk sammenheng mellom de sakene mediene setter fokus på og de sakene velgerne anser som viktige (Scheufele og Tewksbury 2007:11). Teorien knyttes spesielt til McCombs og Shaw sin studie fra 1972, hvor de undersøkte medienes påvirkning under det amerikanske presidentvalget i 1968. I både denne, og i flere oppfølgingsstudier, har de funnet at mediene påvirker sitt publikum (Hestvik 2004:329). Faktisk så fant de nesten perfekt korrelasjon – 0.97 – mellom de sakene som velgerne oppga som mest viktige for dem og de sakene som mediene hadde fokus på (Iyengar og Simon 1997:238). Teorien forklarer altså hvorfor det er noen saker som får større oppmerksomhet enn andre under valgkamper.

Agendasetting legger vekt på at oppmerksomheten til publikum flyttes til de sakene som er viktigst for mediene. Dette kan kalles den første dimensjonen i agendasetting; oppmerksomhet rundt de ulike sakene (Iyengar og Simon 1997:240). Det finnes også en andre dimensjon i denne teoretiske modellen, nemlig hvilken av egenskapene til saken som blir fremtredende. Egenskapen kan for eksempel være fordelingen av skyld for et dårlig helsevesen. Denne andre dimensjonen viser at mediene også kan spille en rolle i hva vi skal tenke om sakene. Dette henger sammen med teorien om *framing*, som vi vil komme tilbake til senere i kapitlet.

Teorien har blitt en viktig del av valgforskningen på grunn av endringer i velgeratferden. Valgkampen har blitt mer preget av betydningen til enkeltsaker. Det er derfor viktigere enn før hvilke saker som blir satt på dagsorden, og ikke minst hva partienes posisjon er i disse sakene (Waldahl og Narud 2004:23). For partiene blir det viktig å få sakene hvor de har høyest tillit blant folket på dagsorden, slik at de kan vinne stemmer. Dette er saker partiene har sakseierskap på, og hvor de har en lang historie i å ha politikk og løsninger som befolkningen anser som gode. Eksempler er Senterpartiet med EU-saken og Arbeiderpartiet med velferdspolitikken. I tillegg blir det viktig for partiene at mediene da tar opp saker hvor de også kan vise til populære løsninger. Agendasetting er ikke bare viktig for velgerne, men også for partiene, ettersom de risikerer å miste stemmer dersom deres kjernesaker ikke blir prioritert av mediene underveis i valgkampen.



### 1.3.2 Priming

*Priming*, eller *assosiasjonseffekter*, kan ses på som en forlengelse av agendasetting. Med dette menes at de sakene som er sentrale i mediene ikke bare påvirker hvilke saker publikum fokuserer på, men det påvirker også hvordan publikum evaluerer de politiske lederne. Med andre ord, dersom en sak har et sterkt fokus i media, vil denne være med på å påvirke hvordan velgerne dømmer de som styrer (Miller og Krosnick 1997:235). Mye av forskningen på dette feltet har fokusert på amerikanske presidenter. Det man har funnet, er at publikums vurdering av presidenten vil variere i takt med de ulike sakene som er på dagsorden. Denne assosiasjonen kan gjøres basert på hvordan presidenten har løst en spesiell sak, eller hvordan hans holdninger er. Det som underbygger teorien er at slike assosiasjoner vil komme for publikum uansett om mediene skriver eksplisitt om disse koblingene eller ikke (Hestvik 2004:329). Kort sagt innebærer priming altså hvilke standarder velgerne bruker for politiske evalueringer (Scheufele og Tewksbury 2007:11).

Forskning på priming har vist at tanken om et *kognitivt skjema*, eller tilgjengelig informasjon, spiller inn på hvordan publikum tolker informasjonen som kommer fra media. En studie gjort av Iyengar og Kinder (1987) viste at når man blir konfrontert med komplekse politiske saker, vil vanlige mennesker sannsynligvis ikke kunne gjøre en fullverdig analytisk vurdering. Dette er fordi man har begrenset mulighet for å inneha kunnskap om all tilgjengelig informasjon. Dermed er det en høyere sannsynlighet for at personer heller trekker konklusjoner basert på bruddstykker av den informasjonen som finnes. Dette gjør at man har et begrenset informasjonsgrunnlag til å kunne trekke konklusjoner. Ettersom folk flest baserer seg på informasjonen som kommer fra mediene, vil de da ha en unik mulighet til å bestemme hvor mye informasjon folk får om ulike saker. Resultatet blir at de sakene som mediene har hatt spesielt stor dekning av, vil i større grad påvirke menneskers evaluering av politikerne. Med andre ord, velgerne vil da begynne å assosiere disse sakene med disse politikerne. Dette innebærer at de sakene som mediene velger å dekke ofte ender opp med å bli *primet*; de blir en base for velgerne når de skal evaluere politikerne. Dette kan igjen bli utslagsgivende for deres stemmegiving.

Fokuset som velges i de ulike nyhetssakene er viktige for tankeprosessen hos velgerne. Denne påvirkningen har et personaspekt og et saksaspekt (Waldahl og Narud 2004:22). Personaspektet innebærer for eksempel at politikere som forbindes med gode

forhandlingsevner skaper bedre assosiasjoner for velgerne dersom mediene hevder at denne egenskapen er spesielt viktig. Når det gjelder saksaspektet har mediene en unik påvirkning på hvilke saker velgerne bruker for å bedømme partienes sterke og svake sider. Et eksempel er i de valgene hvor EU-striden har vært fremtredende. De partiene som har vært sterkt mot EU har som oftest fått et bedre resultat enn de partiene som har vært splittet. Senterpartiet fungerer som et eksempel på nettopp dette. Dette skjer fordi velgerne ser på Senterpartiet som et typisk nei-parti når det gjelder EU. Når denne saken var høyt på dagsorden sanket de derfor flere stemmer. Partiet har imidlertid fått lavere oppslutning de årene som EU-striden ikke har vært på dagsorden som følge av dette (Waldahl og Narud 2004:22–23).

### 1.3.3 Framing

Hvordan saker oppfattes, avhenger av hvordan de fremstilles. Det er nettopp dette som er *framing*, eller *tolkningsrammer*. Denne teorien er en av de mest brukte teoriene innen massekommunikasjon (Thorbjørnsrud 2007:178). Tolkningsrammer er et verktøy mediene bruker for å gjøre nyhetene mer interessante, eller for å fjerne kompleksiteten rundt en sak. Tolkningsrammer brukes dermed for å gi en bestemt mening til en gitt sak (Rogers, Hart og Dearing 1997:235).

I 1980 hevdet Gitlin (i Semetko og Mandelli 1997:199) at framing gjorde det lettere for journalistene å håndtere store mengder med informasjon, samtidig som man kunne presentere informasjonen enklere for publikum. De rammene journalistene velger brukes av publikum for å tolke de hendelsene som blir omtalt. At journalistene velger å fokusere på visse sider ved en sak, er grunnet mangelen på tid og plass til å oppgi all bakgrunnsinformasjon. I tillegg er det journalistenes jobb å sørge for å komme med nyheter som gjør at avisene selger, eller at man får høye seertall på nyhetssendingene. Det blir derfor viktig at journalistene prioriterer saker som vil skape interessante nyheter. Det er imidlertid ikke slik at journalistene bruker disse rammene for å bevisst lure publikum (Scheufele og Tewksbury 2007:12), men de er nødvendige for å kunne dekke nyheten på en forståelig måte.

Presentasjonen av nyhetssaker baseres gjerne på *episodiske* eller *tematiske tolkningsrammer*. En episodisk tolkningsramme legger frem saker i form av konkrete hendelser (Iyengar og Simon 1997:250–251). Det vil si enkelthendelser som ikke settes inn i en større politisk sammenheng. De episodiske tolkningsrammene individualiserer sakene og er hyppig brukt i

nyhetsbildet på grunn av sin enkle form. Denne typen rammer kan være problematiske, ettersom den avpolitiserer saker (Thorbjørnsrud 2007:179). Tematiske tolkningsrammer setter derimot nyhetene inn i en større politisk sammenheng (Iyengar og Simon 1997:251). Et eksempel er hvordan mennesker tegner privat helseforsikring fordi de ikke stoler på det norske helsevesenet, fordi de mener at regjeringen nedprioriterer helsesektoren. Grunnet kompleksiteten er dette saker som gjerne får mindre nyhetsdekning, men som til gjengjeld kan tas opp i politiske fjernsynsdebatter.

Som tidligere nevnt finnes det to dimensjoner av agenda setting. Den andre dimensjonen består av hvordan mediene velger å fokusere på saker. Dette er det samme som framing (McCombs og Estrada 1997:239). Agendasettingens andre dimensjon er altså de tolkningsrammene mediene velger når de skal presentere saker. Denne dimensjonen består igjen av hvordan tolkningsrammene påvirker publikum. Man kan tydelig se at *hvilke* saker som bli satt på dagsorden og *hvordan* det er lagt opp at publikum skal tenke rundt disse sakene henger nært sammen. Faktisk så argumenterer McCombs og Estrada (1997:247) for at mediene ikke bare forteller oss *hvilke* saker vi skal tenke på, men de forteller oss også *hva* vi skal tenke om sakene.

### **1.3.4 Valgkampens tre stadier**

Valgkampen er av spesiell betydning, både for politikerne, mediene og velgerne. Perioden er preget av at partiene forsøker å profilere seg selv og sine saker, samtidig som det forventes at de skal stille opp i programmer på fjernsynet og være tilgjengelig for intervjuer og kommentarer i avisene. Nyhetene er i langt større grad preget av politiske saker, og det er spesielt viktig for partiene at mediene profilerer dem på en god måte. Selv om valgkampen alltid har vært viktig, har den imidlertid ikke alltid vært like intensiv. Den har heller ikke alltid vært preget av at mediene påvirker dagsorden.

Norris m.fl (1999) hevder at valgkampens historiske utvikling kan deles inn i tre hovedstadier, henholdsvis premoderne, moderne og postmoderne. Hvert stadium har hatt særegne karakteristikk, og vært preget av ulike typer medier. Denne utviklingen har ikke bare gått i takt med medienes utvikling, men er også påvirket av velgernes svekkede partiidentitet. Farrell og Webb (2000) deler også utviklingen inn i tre stadier basert på tematiske, tekniske og ressursmessig utvikling. Stadiene som omtales av Norris m.fl, Farrell

og Webb kan sies å overlappe, og jeg velger derfor å kombinere disse i den følgende fremstillingen.

### **Den premoderne valgkampen**

I følge Norris m.fl (1999:22) er den premoderne valgkampen karakterisert av partipressen, og en løst organisert grasrotbevegelse basert på frivillige som arbeidet for partiene. Farrell og Webb (2000:105) påpeker at de tekniske funksjonene for valgkampen var preget av lite eller sporadisk planlegging, at kommunikasjonen som regel gikk via partipressen, i tillegg til at det var et høyt forbruk av plakater og pamfletter. Ressursfunksjonen var basert på tradisjonelle partibyråkrater og frivillige. Videre var det også et sterkt fokus på den lokale valgkampen med lite sentralisering eller koordinering. De tematiske funksjonene var basert på partilederen, som reiste rundt på valgkampturneer hvor formålet var å øke populariteten til de lokale politikerne. Den premoderne valgkampen var også karakterisert av stabile velgere som følte en sterk tilknytning til et parti. Partiene trengte ikke å nå ut til så mange som mulig, men hadde som mål å nå ut til den klassen som deres parti representerte.

### **Den moderne valgkampen**

Den moderne valgkampen karakteriseres av fjernsynets inntog (Norris m.fl. 1999:23). Primært førte dette til at valgkampene ble nøyere planlagt. Dette skjedde i form av valgkomiteer som jobbet med strategi i en lengre periode før selve valgkampen startet (Farrell og Webb 2000:105). Fjernsynet ble den viktigste kommunikasjonsformen, noe som førte til at partilederne fikk medietrening. Samtidig ble en større del av valgkampens budsjett brukt på PR. Partibyråkratene ble profesjonalisert, i tillegg til at det ble hentet inn spesialister på media og markedsføring. Videre ble det økt fokus på selve partilederen, samtidig som man fikk en mer nasjonsdekkende politisk agenda. De sosiale klassene var ikke lenger basisen for stemmegivningen som følge av fallende partiidentifikasjon, og partiene forsøkte derfor å tiltrekke seg velgere fra alle sosiale klasser.

### **Den postmoderne valgkampen**

Den postmoderne fasen er kjennetegnet av mer fragmenterte medier og med partier som forsøker å gjenvinne kontrollen via strategisk kommunikasjon og en kontinuerlig valgkamp (Norris m.fl. 1999:23). Et nytt og viktig element i denne perioden er den nye telekommunikasjonen, spesielt i form av internett (Farrell og Webb 2000:105). Dette nye

mediet er blitt en viktig del av valgkampen, ettersom den gir politikerne muligheten til å henvende seg direkte til velgerne. Dette gjelder spesielt bruken av sosiale medier. Forskningen viser at USA begynte å gå inn i den postmoderne valgkampen allerede rundt 1988, mens mange europeiske land har entret dette stadiet først de siste årene. Det postmoderne stadiet karakteriseres i stor grad av den kontinuerlige valgkampen, med egne grupper innad i partiene som jobber med valgkampen på permanent basis (Farrell og Webb 2000:105). Videre drives valgkampen av profesjonelle valgkamparbeidere med flere innleide konsulenter. Videre er det en økt bruk av såkalt ”narrowcasting”, som innebærer at alt kampangebudskap i større grad blir tilpasset publikum. Man kan derfor argumentere for at kommunikasjonen har blitt mer konsumentvennlig i den postmoderne fasen – politikken er et produkt som skal selges.

### 1.3.5 Den norske valgkampen

Utviklingen av medienes makt ser vi også her hjemme. Mediene har blitt mer sentrale, og det er i hovedsak journalistene som gir publikum innsyn i politiske saker (Valen og Narud 2004:17). For å forstå medienes makt, er det viktig å belyse utviklingen som har skjedd siden partipressens tid. Medialiseringen i Norge har foregått siden etterkrigstiden, og var i første fase kjennetegnet av mediene som en *kanal* (Jenssen og Aalberg 2007:252). Pressen var knyttet til partiene, og ble kun brukt som mikrofonstativ for politikerne. På 60-tallet trådte man inn i andre fase, hvor mediene fungerte som en *arena*. Her ble partipressen svekket og fjernsynet introdusert. Tredje fase startet på begynnelsen av 70-tallet og betegnet mediene som en *aktør*. Partipressen ble oppløst og journalistikken profesjonalisert. I tillegg ble fjernsynet det mest sentrale mediet i folks hverdag. Den siste fasen startet på tidlig 90-tallet og er fortsatt i utvikling. Her anses mediene som en *regissør*, som iscenesetter politikken og setter dagsorden.

Medienes utvikling i Norge kan ses i sammenheng med Norris m.fl. (1999), samt Farrell og Webbs (2000) skissering av valgkampens utvikling. Farrell og Webb hevder at flere land er kommet til den postmoderne valgkampen, men dette stemmer ikke nødvendigvis med Norge. Så sent som i 2001 hadde partiene fortsatt ikke tiltro til PR-byråer og ville derfor unngå å gi de for mye innflytelse over valgkampen (Valen og Narud 2004:386). Selv om partiene leide inn ekstern hjelp var dette i stor grad avhengig av økonomi, i tillegg til at de aller fleste partier ville ha kontroll over sitt eget politiske innhold i valgkampen. Videre var det et sterkt fokus

på sosiale medier i 2009-valget. Det viste seg likevel at denne nye typen medier var langt fra dominerende i valgkampen (Karlsen 2011:54–55). Man kan dermed argumentere for at utviklingen av valgkampen i Norge er godt inne i Norris' moderne valgkampfase. Det er imidlertid mye som tyder på at det er en stykke igjen før man går inn i den postmoderne fasen.

Som nevnt har mediene, og spesielt fjernsynet, hatt en viktig rolle i den norske valgkampen. I 1991 beskrev Eide hvordan den såkalte ”medievalgkampen” hadde blitt et sentralt begrep. Han mente at politikkenes medialisering ”[...] betegner en tilstand der spillet og taktikken står i sentrum, der debatten domineres av et fåtall sentralt plasserte aktører som stadig er i konflikt og der de politiske sakene velges ut for å stemme overens med krav moderne massemedier stiller” (Eide 1991:186). At mediene hadde en særegen posisjon under valgkampen er derfor tydelig. Medienes rolle har ikke blitt svakere siden Eide påpekte dette; nyere forskning tyder på at mediene strammer sitt grep om å sette dagsorden.

Aardal m.fl (2004) hevder at mediene har blitt politikkenes kommunikasjonskanal, noe også politikerne og partiene selv har innsett. For å nå bredt ut med sitt budskap er det nødvendig å gå gjennom mediene. Etter å ha studert valgkampen i 2001 fant forfatterne at mediene har rollen som en selvstendig politisk aktør, en rolle de også bruker for å danne rammene for hvordan valgkampen skal foregå (Aardal m.fl 2004:388). Videre finner forfatterne at mediene ikke bare bestemmer hva vi skal mene noe om, men også hva vi skal mene. Det er altså en sammenheng mellom de sakene mediene anså som viktige og de sakene velgerne prioriterte. Deres studie viste at mediene satt med en stor makt, selv om de ikke nødvendigvis var allmektige. Et viktig hensyn her var at mediene ikke bare påvirker den såkalte ”positive dagsorden”, altså hvilke saker som faktisk preger valgkampen, men de preger spesielt også den ”negative dagsorden”. Med andre ord, medienes rolle har også betydning for hvilke saker som *ikke* blir særlig omtalt i løpet av valgkampen (Valen og Narud 2004:393–394).

Etter å ha gjort en omfattende studie av fjernsynsvalgkampen i perioden 1961 til 2009, konkluderte Allern (2011) med at fjernsynet har hatt sin storhetstid. Det er ikke lenger like mange som ser på valgkampprogrammene som sendes på fjernsynet. Allern hevder at dette henger sammen med at det ikke lenger er et familierituale å samles om fjernsynet på kveldene. Videre påpeker han at antallet medier har forandret seg drastisk siden 80-tallet, hvor

det var én partilederdebatt i løpet av valgkampen. Politikerne er nå overalt i valgkampen og ytrer seg i debatter, valgstudioer, radio, avis, på internett og så videre. Denne tilgjengeligheten kan altså ha bidratt til å redusere relevansen til fjernsynsvalgkampen. Han konkluderer likevel med at en slik hektisk fjernsynsvalgkamp er avgjørende for velgerne og et sunnhetstegn for demokratiet. Det er også viktig å påpeke at fjernsynet langt fra har mistet sin makt, selv om det nå konkurrerer med andre medier.

Krogstad (2004) hevder at fjernsynet er den mest effektive måten for politikerne å nå ut med partiets budskap. I fjernsynsdebatter anser hun derfor retorikk som et viktig virkemiddel for politikerne, både ved å hevde seg selv over andre og ved å bruke personrettede angrep på motstanderne. Dette har vært utgangspunktet for hennes studie av fjernsynsdebatter. Krogstad fant at politikerne benyttet debattene for å fordele skyld og ære. Hennes funn viser i stor grad at politikerne er bevisst på den unike muligheten en fjernsynsdebatt gir når det gjelder å nå ut til velgere.

Fjernsynsdebatter var også et viktig element i Jenssen og Aalbergs (2004) studie av medieeffekter. Forfatterne valgte å studere medieeffekter blant førstegangselgere ettersom de antok at de hadde mindre fastlåste holdninger sammenlignet med andre aldersgrupper. Konklusjonen deres var at man kunne se tegn på assosiasjonseffekter. I tillegg stjeler debattvinnerne hovedsakelig velgere fra sine politiske ”naboer”. Videre viste forfatterne at de politiske synspunktene til vinnerne av debattene ble ansett av førstegangselgerne som mest riktig. Det er altså tydelig at hvor godt politikerne gjør det i debatten har noe å si for publikum. Seerne baserer altså store deler av sin avgjørelse og synspunkter på det de ser i debattene.

## **1.4 Folkemøtene med programlederen i fokus**

Som vi har sett hittil har mediene muligheten til å sette dagsorden, noe som spesielt kommer til syne i valgkampen. De bestemmer i stor grad hvilke saker velgerne skal tenke på, og hva de skal tenke om disse sakene. Valgkampen har utviklet seg til å bli en intensiv affære som er nøye planlagt, både fra partiene og medienes side. Som tidligere nevnt er teoriene om agendasetting, priming og framing mye benyttet for å analysere hvordan mediene presenterer saker generelt, og hvordan dette igjen har effekter på seerne. Teoriene har til gjengjeld blitt lite benyttet for å undersøke hvordan mediene påvirker spesifikt i fjernsynsdebatter. Selv om

flere forskere har studert fjernsynssendte debatter med et annet utgangspunkt, har det likevel vært lite fokus på programlederrollen og hvordan denne rollen har utviklet seg over tid. I det følgende vil jeg derfor redegjøre for betydningen de fjernsynssendte *folkemøtene* har i valgkampen, i tillegg til de ulike rollene programlederen kan innta i disse debattene. Hensikten er å belyse hvorfor det er viktig å studere medienes påvirkning også i debatter.

### **1.4.1 Folkemøtenes rolle i den korte valgkampen**

Valgkampen kan deles inn i to perioder, henholdsvis den ”lange” og den ”korte”. Den lange valgkampen starter idet partiene avholder sine landsmøter, omtrent et halvt år før valget (Allern 2011:15). Den korte valgkampen starter når sommeren er over og politikken intensiveres de siste fire ukene før valget, vanligvis fra midten av august. Som tidligere nevnt er det i disse fire ukene at valget blir avgjort (Waldahl og Narud 2004:182). Derfor er den korte valgkampen av spesiell interesse for denne oppgaven.

Det er også i den korte valgkampen at *fjernsynsvalgkampen* foregår (Allern 2011:15). I valgkampen er det naturligvis et mål for politikerne å overbevise velgerne om å stemme på dem. Den mest effektive måten å nå ut til velgerne er gjennom mediene, og spesielt via fjernsynet (Krogstad 2004:85). Gjennom denne kanalen kan partiene nå ut til tusenvis av velgere samtidig. Fjernsynet er altså en essensiell arena for informasjonsoverføring fra politikere til velgere. Både NRK og TV2 har naturligvis omfattende valgkampsendinger i denne perioden, men i denne oppgaven vil debattene som har betegnelsen ”folkemøter”<sup>1</sup> være av størst interesse. Dette er debattene som vil ligge til grunn for den kommende analysen. Folkemøtene har vært fast innslag under valgkampen hos NRK siden 1989, og har siden dette blitt regnet som ”flaggskipet” av valgkampsendinger (Allern 2011:290). Folkemøtene var også innslag i TV2s valgkampsendinger i 2005 og 2009. Med et gjennomsnittlig seertall<sup>2</sup> på 629 200 er disse programmene populære, og man kan derfor anta at seerne ser på disse debattene for å få informasjon om de politiske partiene.

Folkemøtene er kjennetegnet av at det er et tema som dominerer hele sendingen, noe som gir publikum muligheten til å få informasjon om partienes holdninger. Hensikten er å gi seerne et

---

<sup>1</sup> Folkemøtene vil bli omfattende behandlet i metodekapittelet.

<sup>2</sup> Se Vedlegg 2 for oversikt over seertallene for de ulike valgårene.



bedre informasjonsgrunnlag ved at politikerne får argumentere for sin politikk. Selv om meningen er å opplyse velgerne, har folkemøtene fått sterk kritikk av flere politikere for å være for spillfokuserte. Flere har hevdet at politikk var fokuset i folkemøtenes tidligere år, men at det i senere tid har blitt slik at man må kunne avlevere kjappe replikker og få publikum med på sitt lag (Allern 2011: 305). Det er tydelig at de fleste politikere synes at spillfokuset under slike debatter er unødvendig, men dersom de ikke deltar vil de heller ikke få tid på skjermen. Det vil igjen føre til at de ikke når ut til publikum med sitt budskap. Folkemøtene er derfor et tydelig eksempel på hvordan fjernsynsvalgkampen regisseres av mediene, mens politikerne i stor grad må føye seg inn etter redaksjonens regler.

### 1.4.2 Programlederrollen

For å kunne undersøke hvordan mediene regisserer folkemøtene vil det også være nødvendig å se på programlederrollen. Fjernsynsdebatter er naturligvis planlagt på forhånd av fjernsynsredaksjonen, men under selve sendingen er det programlederen som styrer. Dette innebærer at programlederens måte å lede folkemøtene på kan sies å synliggjøre medienes virkemåte overfor publikum.

I debatten er altså programlederen den mest sentrale regissøren, og hvilken rolle han eller hun inntar vil påvirke hvordan debatten arter seg. De kan fungere som ordstyrere for å sørge for at debatten ikke går i feil retning, eller de kan ta en mer aktiv tilnærming ved å stille kritiske spørsmål til deltakerne. Kleven (2000:48–49) har funnet at programlederrollen kan deles inn i fem kategorier. Han eller hun kan fungere som en *tilrettelegger*, hvor saken står i fokus og målet er å belyse denne. Her vil de tre inn i en slags trenerrolle, hvor hensikten er å hjelpe deltakerne til å forbedre samtalen. *Den nøytrale ordstyrer* synes lite, og programlederen bryter kun inn for å styre samtalen dersom deltakerne beveger seg vekk fra temaet. Programlederen kan også ta rollen som *de svakes hjelper*. Her er han eller hun en stemme for de svake i samfunnet, og vil fremme deres sak i debatten. I en slik situasjon vil som regel regjeringen og stortingspolitikere få hard medfart, mens vanlige mennesker vil bli støttet. Dersom programlederen velger å være en *servil ordstyrer* vil han eller hun heller ta parti med de mektige i stedet for å være kritisk. Man er da forutinntatt til fordel for de sittende elitene. Dette resulterer i at programlederen er lite fremtredende i studio, og lar heller de mektige dominere. Den siste rollen er *hovedpersonen*. Her blir programmet forbundet med

programlederen, i samme grad som et talkshow. Programlederen er den sentrale aktøren og det vil være hans eller hennes meninger som er viktige, ikke deltakernes.

Allern (2004:145) hevder på sin side at en programleder kan innta fire roller. Rollen som *editorial guide* baserer seg på at programlederen sørger for at kampreglene i debatten følges. *Moderator*-rollen er en ordstyrerrolle, hvor hensikten er å få frem politikernes argumenter, samt å registrere fakta og standpunkter. Når programlederen blir en *watchdog*, inntar han eller hun rollen som den gravende, kritiske journalisten eller utspøreren. Om det derimot er underholdning som står i sentrum, vil programlederen fungere som en *entertainer*. Her vil det være publikumsappell som er målet.

Rollene programlederne kan gå inn i viser at det er sterk variasjon i de politiske debattene, spesielt når det gjelder informasjonsformidlingen. Av de nevnte rollene er det flere som er partiske, noe som vil føre til at seerne kan få et skjevt bilde av de sakene som diskuteres. Hvilken av rollene programlederen inntar seg er dermed essensielt for utformingen av debatten.

## 1.5 Problemstillingen

Som vi har sett hittil regisserer mediene i stor grad det som skjer under valgkampen, spesielt i form av hvilke saker som kommer på dagsorden. Medienes samfunnskontrakt innebærer imidlertid at de har et ansvar om å bidra til opplyst forståelse hos velgerne. Det er dermed essensielt at mediene formidler informasjon som publikum kan dra nytte av. Dette er spesielt viktig i valgkampssammenheng hvor mediene tar på seg ansvaret for å belyse forskjellene mellom de politiske alternativene. I denne sammenheng er fjernsynsdebattene spesielt viktige. Formålet til fjernsynskanalene skal være å sørge for at seerne får en forståelse av forskjellene mellom partiene og den politikken de vil føre. For at dette skal skje er det nødvendig at det er politikken som er i fokus, ikke spill og show. Det vil derfor være interessant å belyse hvorvidt fjernsynskanalene faktisk bidrar til en opplyst forståelse hos publikum.

Videre kan sosiale medier påvirke fjernsynets rolle. Selv om forskning har vist at sosiale medier ikke har en like sterk rolle i valgkampen som fjernsynet, er ikke dette mediet uten betydning. Via denne nye kanalen har politikerne på nytt fått muligheten til å uttale seg direkte til velgerne uten at noen redigerer budskapet deres. Fjernsynet, radio og aviser er

plutselig ikke de eneste måtene å nå ut på. Facebook og Twitter er to arenaer som blir brukt flittig av politikerne, spesielt under valgkampen. Andelen nordmenn på sosiale medier har økt drastisk de siste årene, noe politikerne har tilpasset seg. Kan det tenkes at fjernsynets rolle i valgkampen har blitt endret, siden politikerne har muligheten til å nå direkte ut til velgerne? Når politikerne selv kan diktere den informasjonen som når ut til velgerne, og dermed sørge for at meldingene som sendes ut er nøye tilpasset partiets budskap i valgkampen, kan det da være slik at fjernsynet må forandre sin retorikk?

Målet for fjernsynskanalerne, og da spesielt statskanalen NRK, er å gi seerne viktig informasjon og formidle denne på en upartisk måte. Som tidligere påpekt har show og spill vært faste elementer i mange fjernsynsvalgkamper, men kan det tenkes at denne formen for valgkampsendinger nå tar en ny retning? Sosiale medier har gjort sitt inntog på den politiske arena. Siden politikerne kan snakke direkte med velgerne uten å gå gjennom de tradisjonelle mediene, er det en mulighet for at debattene i fjernsynsvalgkampen bærer preg av nettopp dette. Kanskje er det slik at vi i de senere år ser en mer saksorientert fjernsynsvalgkamp hvor kanalen på ny forsøker å gi seerne innblikk i hva politikerne *egentlig* mener, i stedet for å legge opp debattene som en politisk spillarena. Dette fordi fjernsynet igjen har blitt det mediet som kan fortelle publikum om det politikerne ikke snakker om på sosiale medier. På bakgrunn av dette vil den overordnede problemstillingen for denne oppgaven være:

*”I hvilken grad og på hvilken måte tilfredsstiller NRK og TV2 kravene til opplyst forståelse og hvordan har deres dekning av valgkampen utviklet seg over tid?”*

Det er en kjensgjerning at NRK som statskanal må forholde seg til formålsparagrafene under sine valgkampsendinger. Likevel var det NRK som bestemte at de skulle begynne å ha ansvar for å utforme valgkampsendingene. Dette var da i stedet for politikerne, som tidligere hadde vært standarden (Allern 2011:126–130) NRK valgte bevisst å ekskludere partiene fra planleggingen av fjernsynsvalgkampen. Etter lanseringen av TV2, har det i tillegg blitt nødvendig for NRK å forholde seg til konkurranse fra andre aktører. Det vil derfor være interessant å se om formålsparagrafene kan ha kommet litt i bakgrunn til fordel for et mer underholdende seerfokus under valgkampene. TV2 har til gjengjeld ingen formålsparagraf å forholde seg til, og står dermed friere i sin komposisjon av valgsendingene.

Mer konkret vil jeg i denne oppgaven se på hvordan NRK og TV2 har regissert folkemøtene i de ulike valgårene, i tillegg til å undersøke hvordan programlederen påvirker disse debattene. Den overordnede problemstillingen vil derfor deles inn i to analyseområder og disse vil igjen være knyttet til hver sin underproblemstilling:

- I) *”I hvilken grad og på hvilken måte kan folkemøtene sies å bidra til opplyst forståelse hos velgerne?”*

For å besvare denne problemstillingen, vil jeg ta utgangspunkt i folkemøtenes format for å se på hvordan det har utviklet seg over tid. Her vil det være hensiktsmessig å analysere hvordan NRK og TV2 regisserer debattene, spesielt om fokuset ligger på saklige diskusjoner, eller om det politiske spillet og enkeltpersonene står mer i sentrum. Videre vil jeg se på hvilke partier som får mulighet til å delta i debattene, og hvem som blir ekskludert. Det er langt over ti år siden fjernsynskanalene bestemte at de selv skulle avgjøre hvilke partier og hvilke representanter som skulle delta i debattprogrammene. Et interessant element vil derfor være å studere hvilke partier som får delta mest, hvem som får delta minst, og hvilke temaer partiene får være med å diskutere. Alle disse faktorene spiller inn på hvilken informasjon velgerne sitter igjen med når de skal gå til valgurnene.

I tillegg til folkemøtenes format, spiller også programlederen en sentral rolle når det gjelder informasjonsformidlingen ut til seerne. Basert på rollene Kleven (2000) og Allern (2004) hevder at programledere kan innta, vil jeg analysere hvilke roller som har vært mest fremtredende under folkemøtene. Ved å analysere programlederen på denne måten kan vi få et innblikk i hvordan de styrer debatten. I tillegg vil vi kunne se om de bruker sin rolle til å sørge for at politikernes diskusjon gir en bedret forståelse av politikken for seerne. Hensikten med denne analysen er å få et innblikk i selve programlederrollen, og ikke minst hvorvidt de legger føringer og premisser for politikerne som deltar i debatten. Den andre underproblemstillingen vil derfor være:

- II) *”I hvilken grad påvirker programlederens rolle gangen i debattene?”*

### **1.5.1 Hvorfor en komparativ studie av folkemøtene?**

Teoriene om agendasetting, priming og framing har hatt et spesielt fokus på å vise hvordan mediene presenterer nyheter, og hvordan disse nyhetene igjen påvirker seerne. Dette gjelder fjernsynssendte nyhetssendinger, men også hvordan aviser vinkler sine saker (Iyengar og Kinder 1987; McCombs, Shaw og Weaver 1997). Teoriene har til gjengjeld blitt lite benyttet for å forske på hvordan mediene påvirker gjennom fjernsynsdebatter. Måten debattene regisseres på kan gi oss et tydelig bilde på hvordan mediene setter dagsorden, både via hvilke temaer de velger for hver debatt i tillegg til hvilke partier som får muligheten til å delta. På bakgrunn av dette vil formålet med denne oppgaven være å se nærmere på hvordan mediene velger å regissere debattene. En komparativ studie vil være hensiktsmessig ettersom vi tydeligere vil kunne se hva mediene har fokusert på fra år til år – har utviklingen gått mot en mer spillorientert debatt eller har de blitt mer saksorienterte?

Hvorvidt mediene påvirker valgkampen er også dagsaktuelt. Spesielt gjelder dette fordi det blir hevdet at mediene opptrer som regissører for politikken ved at store deler av valgkampen utkjempes i fjernsynet (Jenssen og Aalberg 2007:252). Ved å analysere debatter, vil man kunne undersøke om utviklingen har gått mot en mer mediepåvirket valgkamp hvor politisk spill og underholdning er sentralt, eller om politikerne får sjansen til å debattere på en mer konstruktiv måte. Siden det har blitt hevdet at den showpregende debatten har vært en vesentlig del av medievalgkampen de siste årene (Allern 2011:183), vil det være spennende å se på om dette har vært tilfellet for samtlige av valgårene. De debattene som vil ligge til grunn for den senere analysen er de tidligere nevnte folkemøtene. Disse har vært et fast innslag i NRK i mange år, i tillegg til at TV2 har sendt tilsvarende debatter ved to anledninger. NRK og TV2 er de eneste fjernsynskanalerne som sender valgkampssendinger, noe som gjorde de til et naturlig analyseobjekt. I tillegg er folkemøtene det eneste valgkampprogrammet som har blitt sendt på begge kanaler. Folkemøtene er derfor et godt sammenligningsgrunnlag for å analysere NRK og TV2s informasjonsformidling.

Norge er en ekstra interessant case med tanke på at 2013 var et valgår. Dette innebærer at denne studien vil kunne inkludere et nytt case som vil kunne si noe om utviklingen i fjernsynsvalgkampen. Siden flere av de norske studiene på dette feltet er gjort for flere år siden, vil det være hensiktsmessig å se på fjernsynets informasjonsformidling med nye øyne. Norge er i tillegg interessant å studere ettersom sosiale medier har gjort sitt inntog, uten at de

har tatt over rollen til fjernsynsvalgkampen. Norge står godt plantet i den moderne fasen, noe som innebærer at fjernsynet fortsatt er viktig for velgerne. Det er derfor viktig at informasjonen de får fra valgkampprogrammene er god, ettersom flere vil basere sin stemmegivning på det de har hørt derfra. Likevel er det slik at fjernsynskanalene også konkurrerer med hverandre. Dette er også noe som vil kunne påvirke valgsendingene, ettersom høye seertall er vesentlig i denne konkurransen. Spørsmålet vil derfor være om NRK og TV2 lar konkurransen påvirke informasjonsformidlingen i debattene. Preger et saklig innhold debatten, eller har det politiske spillet tatt over for en saklig debatt? Selv om seerne kanskje ikke tenker over dette, er forskjellen mellom disse to elementene essensielt for informasjonsformidlingen til kanalene. Som et tilleggsmoment vil det også være interessant å se hvordan fjernsynet, som er et tradisjonelt medium, forholder seg til de nye sosiale mediene. Velger fjernsynskanalene å benytte sosiale medier til sin fordel, eller velger de ikke å erkjenne de nye medienes voksende rolle?

## **1.6 Guide til oppgaven**

I denne oppgaven vil det komme fire påfølgende kapitler. Neste kapittel er et metodekapittel, hvor jeg vil redegjøre for valgt case i tillegg til den anvendte metoden. Dette vil bli etterfulgt av to analysekapitler, som vil være basert på de to underproblemstillingene redegjort for tidligere i dette kapittelet. Det første analysekapittelet vil bestå av en analyse av de fjernsynssendte folkemøtene i 2001-2013, med et hovedfokus på hvilke temaer som er aktuelle, hvilke partier og representanter som får delta, og ikke minst hvordan debattene regisseres. Det andre analysekapittelet vil hovedsakelig være forankret i en analyse av programlederrollen i de samme folkemøtene. Her vil det være av interesse å se på hvordan programlederen styrer debatten, hvilken rolle han eller hun benytter seg av, spesielt med et fokus på hvor aktiv rollen er og hvor mye det legger føringer for politikerne som deltar. Etter denne analysen vil det komme et avsluttende diskusjonskapittel hvor jeg forsøker å se funnene fra analysen i et større perspektiv, samtidig som jeg besvarer problemstillingen.

## 2 Metodisk tilnærming

*”To read between the lines was easier than to follow the text”*

(James (1881) i Østbye m.fl. 2013:206)

Hensikten med denne oppgaven er å tilføre noe nytt på et viktig og aktuelt forskningsfelt, nemlig medienes påvirkning. Dette feltet er et populært objekt for studier, men som vist i kapittel én har medienes rolle i fjernsynsdebatter vært et noe understudert felt i Norge. Som vi så, har det blitt gjort noen få analyser av fjernsynets rolle i valgkampen. Likevel er det mangel på en oppdatert studie på dette feltet. Den siste studien som har blitt gjennomført med stort omfang, var Allerns (2011) *Fjernsynsvalgkampen*. Han hevdet at fjernsynet har hatt sin storhetstid, og har i stor grad blitt erstattet av andre mediekanaler. På dette grunnlaget vil jeg forsøke å gi et noe oppdatert syn på fjernsynsmedienes rolle i den norske valgkampen, ved å inkludere stortingsvalgkampen i 2013. Dette vil være viktig for å få et fullstendig oppdatert bilde av feltet. Mitt utgangspunkt vil være at fjernsynet fortsatt har en viktig rolle, og at den er tilpasningsdyktig. Dette innebærer at fjernsynsdebattene kan ha forandret seg i takt med utviklingen av de nye mediekanalene. Dette er noe jeg vil gå dypere inn på i neste kapittel.

I dette kapittelet vil jeg ta for meg oppgavens metodiske tilnærming. Kapittelet vil være delt inn i fire deler. Først vil jeg redegjøre kort for hvorfor jeg benytter casestudie som forskningsdesign i studien av fjernsynsdebatter. Deretter vil jeg gå spesifikt inn på den benyttede metoden, nemlig kvalitativ innholdsanalyse. I den andre delen vil jeg redegjøre for selve datagrunnlaget i analysen, som er de fjernsynsdebattene som betegnes som ”folkemøter”. I den tredje delen vil jeg gå gjennom gjennomføringen av datainnsamlingen. Avslutningsvis vil jeg ta for meg problemer man kan støte på når man bruker en kvalitativ metode.

### 2.1 Forskningsdesign: Casestudie

Oppgavens problemstilling, er hvorvidt NRK og TV2 bidrar til opplyst forståelse hos velgerne, og hvordan deres dekning av valgkampen har utviklet seg over tid. I denne sammenheng er det TV2 og NRKs folkemøter som vil være analyseobjektet. At folkemøtene er et særegent fenomen tilsier at en casestudie vil være hensiktsmessig. Gerring (2007:19)

definerer en case som: "(...) *a spatially delimited phenomenon (a unit) observed at a single point in time or over some period of time*". Målet med denne studien er å belyse hvorvidt TV2 og NRK bidrar til opplyst forståelse, noe som vil gjøres ved å benytte folkemøtene som eksempler. Dette er fordi folkemøtene er en samlende hoveddebatt, i tillegg til å være det valgprogrammet som samler flest seere. Likevel er det viktig å påpeke at denne studien ikke har som mål å generalisere, selv om dette ofte er hensikten med en casestudie (George og Bennett 2005:5). Studien tar heller sikte på å belyse hvordan fjernsynskanalene benytter folkemøtene for å gi politisk informasjon til seerne.

Yin (1989:47–49) hevder at man kan forsvare å benytte seg av kun ett case dersom hensikten er å belyse et spesielt fenomen. Å studere folkemøtene vil ikke kunne gi et grunnlag for å slå fast at denne studien er representativ for samtlige andre valgsendinger. Grunnen til dette er fordi redaksjonene i fjernsynskanalene eksperimenterer med valgsendingene i stor grad, noe som gjør at de kan forandres drastisk fra ett valgår til neste. Ettersom folkemøtene er et av de få valgprogrammene som beholder noenlunde samme format, vil det være mer hensiktsmessig å gå i dybden på akkurat denne sendingen for å analysere utviklingen. Folkemøtene kan anses som et *diakron casestudie*, hvor man vil foreta observasjon av ett case, over en lengre tidsperiode (Gerring 2007:21). Denne casestudien vil derfor benytte seg av en kvalitativ innholdsanalyse for å gå i dybden på folkemøtet, ved å analysere hvorvidt informasjonsflyten ut til seerne har forandret seg over tid. Tidsperioden jeg vil ta for meg er altså stortingsvalgene i 2001–2013. Yin (1989:19) hevder at en slik type casestudie bør bestå av samtids- (contemporary) hendelser, dersom dette forskningsdesignet skal være relevant. Det har ikke blitt gjennomført mange studier på folkemøtene, og spesielt ikke i nyere tid. De siste folkemøtene i denne oppgaven ble sendt foran stortingsvalget i 2013. Dette er såpass kort tid siden at analysen derfor vil ha et viktig element av nyere hendelser som vil hjelpe til med å belyse dette fenomenet.

### **2.1.1 Kvalitativ innholdsanalyse**

Hensikten med denne oppgaven er å gå i dybden på folkemøtene, noe som tilsier at en kvantitativ metode ikke vil være hensiktsmessig. For å kunne analysere folkemøtets format over tid, samt studere programlederens rolle, vil jeg derfor benytte meg av en kvalitativ innholdsanalyse. I følge Østbye m.fl (2013:64) innebærer en analyse av innholdet i film og bilde, det samme som analyse av tekst. Dette er "det utvidede tekstbegrepet", noe som



innebærer at film og bilde kan forstås på samme måte som det verbale språket. Med andre ord, en kvalitativ innholdsanalyse kan i stor grad forstås som tekstanalyse. Dette vil derfor være det metodiske grunnlaget for denne oppgaven. Det er imidlertid ikke kun tekst som skal studeres. Det vi er ute etter, er innholdet.

En kvalitativ innholdsanalyse innebærer undersøkelser hvor man *ikke* tallfester enkelte hendelser (Bergström og Boréus 2000:45). I mange sammenhenger er det ikke hensiktsmessig å telle hvor mange ganger ting blir sagt, men heller analysere *hvordan* det blir sagt (Bergström og Boréus 2000:78). Dette innebærer altså at analysen vil baseres på et observerende og fortolkende utgangspunkt. Hensikten er å observere folkemøtene og visse aspekter ved sendingen for å forstå utviklingen av folkemøtets format, samt rollen programlederen har. I den forbindelse er det en nær sammenheng mellom teori og metode (Østbye m.fl. 2013:62). Det innebærer at teorien som ble redegjort i kapittel én, vil være en viktig del av selve analysen. Med andre ord, det teoretiske grunnlaget vil være et rammeverk for resten av oppgaven. I det første analysekapittelet vil dette være tydelig ved at vi ser etter agendasetting og assosiasjonseffekter. I det andre analysekapittelet vil analysen være spesielt knyttet til hvordan programlederen benytter tolkningsrammer, i tillegg til hvilke roller han eller hun inntar underveis i debatten.

Videre er denne formen for innholdsanalyse *idiografisk* (Østbye m.fl. 2013:63), i den forstand at analysen vil være rettet mot det som er spesielt ved selve folkemøtene. Dette innebærer formatet for sendingen, hvilke saker som blir diskutert, hvordan programleder opptrer og så videre. I tillegg vil en kvalitativ innholdsanalyse føre til at analysen blir *fortolkende* (Østbye m.fl. 2013:63). Hensikten er å gå dypere inn i analyseenheter for å avdekke underliggende faktorer. Formålet ved å bruke denne metoden er altså å gi ny kunnskap om folkemøtene, og spesielt hvilken rolle disse sendingene har for en opplyst seerskare. Denne metoden vil ikke si oss noe om hvordan seerne faktisk oppfatter folkemøtene. Likevel kan den gi oss et grunnlag for å vurdere om fjernsynskanalene sender folkemøter som seerne kan anse som opplysende.

## 2.2 Datagrunnlag

For å kunne besvare problemstillingen for denne oppgaven, må man ta et dypdykk inn i fjernsynskanalenenes politiske sendinger. Det mest hensiktsmessige i en slik situasjon vil være å finne sendinger under selve valgkampen, ettersom det er i denne perioden kanalene

intensiverer sine politiske sendinger. Makten mediene har fått over tid, kommer spesielt frem i denne perioden. For å kunne analysere om NRK og TV2s sendinger fører til en opplyst forståelse, vil det også være hensiktsmessig å se på enkelte sendinger over tid. Ettersom det er vanlig for fjernsynskanalerne å forandre på sine valgsendinger fra valgkamp til valgkamp, kan dette medføre noen problemer. Imidlertid er det et program som har vært fast innslag i valgkampen i flere år, nemlig folkemøtene. Denne programformen fant først sted hos NRK, før TV2 senere også valgte å benytte seg av denne programformen. Videre har dette programmet fulgt samme format siden starten, med noen små justeringer. Som vi var inne på i forrige kapittel, er dette også et av de mest sette valgprogrammene på fjernsynet. Ettersom folkemøtene har blitt sendt under hver stortingsvalgkamp, er dette programmet det mest naturlige å studere. Dette fordi man kan se en utvikling når man velger å studere enhetene over tid. Folkemøtene har riktignok ikke blitt sendt på begge fjernsynskanaler i samtlige valgår. Dette er likevel det eneste programmet som har samme format og navn, og som har blitt sendt på begge kanaler, selv om TV2s folkemøter var i en begrenset periode.

Perioden jeg har valgt å ta for meg er 2001-2013. Dette er først og fremst fordi Aardal m.fl (2004) utga en omfattende undersøkelse om valgkampen i 2001, som også inkluderte medievalgkampen. Dermed er denne undersøkelsen et godt anker for videre studier. I tillegg er denne perioden hensiktsmessig å studere fordi den er avgrenset. Vi vil kunne se en utvikling, uten at datagrunnlaget blir for omfattende for en slik oppgave. At undersøkelsen inkluderer 2013-valgkampen gjør at man får et bilde av dagens tilstand. Dette er viktig for videre undersøkelser, og bidrar til aktualiteten av dette temaet. For å forstå folkemøtenes betydning i fjernsynsvalgkampen, vil jeg i den påfølgende delen redegjøre for programmets særtrekk og historie.

### **2.2.1 Folkemøtene – en ny retning i fjernsynsvalgkampen**

I 1989 lanserte NRK et program med et nytt format, kalt *folkemøte*. Hensikten med folkemøtene var å behandle et avgrenset tema for hver sending. I tillegg skulle sendingen legges til lokaler utenfor fjernsynsstudioene, med et publikum (Allern 2004:159). Dette var et nytt konsept i valgkampen. NRK hadde aldri før arrangert debatter med ett overordnet tema, hvor partiene måtte diskutere uten manus. Videre gikk programledernes rolle ut på å være en aktiv ordstyrer. Dette gjorde det nye programformatet til et nytt fenomen. Ettersom folkemøtene ble en publikumssuksess, valgte NRK å erstatte de gamle, tradisjonelle

utspøringsprogrammene med folkemøtene. Det som gjorde dette programmet så populært var at det testet politikernes evne til å svare på stående fot etter utfordringer fra programlederen. Målet var å gi korte og konsise svar for å ikke bli avbrutt. Politikerne ble da tvunget til å mestre det å gi kjappe replikker, samtidig som publikum kunne reagere med å enten klappe eller bue på vedkommende (Allern 2004:159). Denne reaktive formen for debatter var ikke noe politikerne var vant til. Dette gjorde at de ikke bare måtte ha kontroll på partiets politikk, men de måtte også være retorisk gode siden de ikke visste hvilke spørsmål som ville komme på forhånd.

Folkemøtene markerte starten på en ny retning i fjernsynsvalgkampen. Resultatet var at mediene fikk en mer aktiv rolle. Frem til dette hadde partiene som skulle delta i debattene selv bestemt hvilke temaer som skulle tas opp, hvilken representant fra partiet som skulle stille, i tillegg til hvordan temaene skulle vinkles. Utspøringsprogrammene var derfor mer en form hvor alle politikerne fikk legge frem sine synspunkter, enn en faktisk debatt. Med folkemøtene kom også sterke programledere som hadde ansvaret for å sørge for at politikerne måtte svare for seg. Dette åpnet for en mer profesjonell debattlederrolle (Allern 2004:159). Programlederen tok en mer aktiv rolle i selve debatten, og brukte ofte humor og ironiske replikker som et virkemiddel for å gjøre programmet mer showpreget. Essensen for folkemøtene ble altså at programmet skulle være mer underholdende for publikum. Dette markerte overgangen til en mer spillfokusert fjernsynsvalgkamp.

Denne nye debattsjangeren ble en fusjon mellom en fjernsynssendt debatt og et klassisk ”folkemøte”, i den forstand at publikum i salen kunne reagere spontant på det politikerne sa. Lyden fra salen ble en del av showet som seerne fikk med seg hjemmefra (Allern 2011:200). Formatet var også noe politikerne lærte seg å håndtere ved å legge mer vekt på kjappe replikker og humorfylte innlegg, for å kunne høste applaus fra salen. Å få ros i form av applaus gjorde at politikerne fremsto som mer troverdige og at argumentene deres var gode. Folkemøtene ble et klart tegn på hvordan NRK brukte sin makt som dagsordensettere. Dette var tydelig ettersom det var *ett* spesifikt tema som dominerte hver enkelt sending (Allern 2011:201). De temaene som ble tatt opp under folkemøtene var også de temaene som dominerte valgkampen.

Denne nye typen debatt ble også viktig for partiene når det gjaldt å endre maktbalansen i forhold til hverandre. Dette gjaldt spesielt dersom ett eller flere av partiene hadde sakseierskap på det temaet som ble diskutert (Allern 2011:201). Ved å ha en god debatt på sentrale saker som partiet hadde velgernes tiltro på, kunne politikerne få økt oppslutning på meningsmålingene, og gjerne kapre flere velgere. For de partiene som ikke hadde sakseierskap på temaene som ble diskutert, kunne det omvendte skje. Folkemøtene ble dermed ekstra viktige for partiene, siden dette var en plattform hvor de kunne nå ut til de usikre velgerne og forsøke å overbevise dem.

Et annet fenomen som kom med folkemøtene, var programlederens måte å legge føringer i spørsmålet. Spørsmålene som ble stilt var ofte skyldbetonte og belyst av intervjuer med vanlige mennesker som var "offer" for den politikken politikerne førte (Allern 2011:202). Denne måten å bruke menneskene bak tallene på, gjorde at politikerne ikke bare måtte forsvare seg, men de måtte også vise empati. Samtidig måtte de komme med konstruktive løsninger på problemet. Denne utformingen av programmet viser tydelig at programlederne legger rammer for hvordan debattene skal foregå, mens politikerne må gjøre sitt beste for å få frem sine synspunkter innenfor de rammene de blir gitt.

## **2.3 Gjennomføring**

Oppgavens analyse baserer seg på de fjernsynssendte folkemøtene foran stortingsvalgene i perioden 2001-2013. Med dette har jeg valgt å inkludere alle debatter som omtales som et folkemøte i løpet av valgkampen, både i NRK og TV2. Videre har jeg valgt å inkludere to debatter som blir omtalt som "åpningsdebatter". Dette gjelder henholdsvis for 2009 og 2013 i NRKs sendinger. Dette er fordi disse to debattene omtales som både folkemøter og åpningsdebatter. I tillegg var åpningsdebatten i 2009 det eneste folkemøtet dette valgåret. For å få et godt sammenligningsgrunnlag var denne sendingen derfor viktig å inkludere. I 2013 hadde åpningsdebatten samme format som de resterende folkemøtene for dette valgåret, i tillegg til at programlederen var den samme i alle tre sendingene. Det var derfor naturlig å inkludere også denne sendingen. Ved bruk av kvalitativ innholdsanalyse, er den vanligste metoden å vurdere og revidere utvalget underveis i prosessen (Grønmo 2004:191). For å skape et godt datagrunnlag har jeg imidlertid valgt kun å forholde meg til folkemøtene. Utvalget ble derfor valgt på forhånd, noe som skapte en mer systematisk datainnsamling og analysegrunnlag.

På TV2 og NRK ble det sendt 17 folkemøter til sammen i den nevnte perioden. Dette vil dermed være datagrunnlaget for denne oppgaven. Både TV2 og NRK tilgjengeliggjorde sine folkemøter fra 2001-2009 via Nasjonalbiblioteket. Folkemøtene fra 2013 var tilgjengelige på NRKs nett-tv. Selv om kvalitativ metode i stor grad baseres på et ustrukturert datamateriale, vil det likevel være hensiktsmessig og ha en viss form for struktur for gjennomføringen av analysen. Analysen ble derfor gjennomført basert på seks ulike faktorer som var nedskrevet på forhånd, og som jeg da ville se etter i løpet av sendingene. Disse seks faktorene ble så delt i to grupper, som vil være knyttet til hvert sitt analysekapittel. Faktorene var som følger:

- *Hvordan vinkles temaene:* Hensikten er å se om vinklingen av de ulike temaene for møtene er nøytrale, og om de gir et positivt eller negativt bilde. Spesielt vil jeg se etter om noen av partiene "får skylden" for enkelte saker.
- *Hvordan presenteres premissene for det som diskuteres:* Her vil jeg se spesielt på selve formatet til folkemøtene. Hvordan er rammene for debatten? Hvordan er det lagt opp at politikerne skal svare? Er debatten oppstykket? Er publikum overdøvende?
- *Generelle observasjoner rundt folkemøtet:* Her noterte jeg ned enkelte hendelser eller uttalelser som ikke nødvendigvis passet inn i de to foregående faktorene.
- *Legger programlederne 'føringer' i spørsmålene:* Her er hensikten å se hvor nøytral programlederen er i sine spørsmål. Er spørsmålene ledende, slik at det ville påvirke hvordan seerne tenkte om partiet?
- *Avbryter de politikerne som ikke følger malen:* Her vil jeg hovedsakelig se på om programlederne avbryter politikerne som ikke holder seg innenfor de rammene som var lagt for folkemøtet.
- *Generelle observasjoner rundt programleder:* Her noterte jeg ned generelle forhold om programlederne. Er de aktive? Kan de regnes som egne aktører? Hvor god kontroll har de på debatten?

Som nevnt er et teoretisk grunnlag viktig når man foretar en kvalitativ innholdsanalyse. Derfor er elementene overfor knyttet opp mot teoriene fra forrige kapittel. Basert på de tre første faktorene, vil jeg se etter agendasetting og assosiasjonseffekter. Dette er teorier som vil kunne belyse folkemøtenes utvikling ytterligere. Disse to teoriene er derfor knyttet til den første underproblemstillingen, og vil være grunnlaget for analysen i kapittel tre. De tre siste

faktorene er knyttet til ulike roller programlederen kan innta, samt hvilke tolkningsrammer han eller hun anvender. Her valgte jeg fire tolkningsrammer på forhånd som er knyttet til ideer innen massekommunikasjonsteorien om framing, og som vil være en del av utgangspunktet for analysen i kapittel fire. Jeg vil utdype disse tolkningsrammene i større grad i kapittel fire, men finner det likevel hensiktsmessig med en kort oppsummering av grunnlaget for valget. Den første tolkningsrammen er en *kritisk tolkningsramme*, som er knyttet til hvor kritisk programlederen er til politikernes politikk og argumentasjon. Denne tolkningsrammen er flittig brukt innen teorien om framing, og bygger på ideen om at tolkningsrammer skal benytte seg av en dramaturgi. Hensikten til programlederen vil være å fordele skyld og ære (Allern og Pollack 2012:19). Den andre tolkningsrammen er en *konfliktramme*, som baserer seg på om det er lagt opp til konflikter mellom partier eller blokker. Dette er også en velanvendt tolkningsramme innen framing (Allern og Pollack 2012:18). Den tredje tolkningsrammen er en *assosiasjonsramme*, og vil bygge på tendensen vi finner i henhold til assosiasjonseffekter i kapittel tre. Den fjerde tolkningsrammen går ut på om programlederen benytter seg av en *saksramme* eller en *politisk spillramme*. Siden folkemøtene har fått hard kritikk for at sendingenes spillfokus går på bekostning av saksfokuset (Allern 2011:304-205), vil denne tolkningsrammen kunne fange opp om dette faktisk er tilfelle.

At de nevnte faktorene var klare på forhånd gjorde arbeidet mer systematisk, samtidig som det sikret et visst rammeverk for analysen. Dette gjorde at sammenligningsgrunnlaget for folkemøtene i de ulike valgårene ble så likt som mulig. I tillegg tok jeg en ”prøverunde”, hvor jeg så på folkemøtene fra 2013 mens de ble sendt på fjernsynet. Dette var hovedsakelig for å gjøre meg kjent med programmet, samt å se om spørsmålene jeg hadde valgt passet, og om de ville gi noen resultater. Deretter analyserte jeg hvert valgår fra 2001 til 2013. Mens jeg foretok analysen, la jeg satt disse faktorene inn i en mappe, hvor jeg systematisk plasserte notatene i riktig rekkefølge. Ettersom jeg ikke kodet et materiale, var det viktig å ha utfyllende notater slik at fremtidige forskere kan se på disse notatene dersom de skulle ønske å replisere studiet. Hvert spørsmål ble skrevet ned på et ark, hvor jeg så noterte under. Generelle observasjoner ble skrevet ned, mens viktige utsagn ble transkribert. Dette gjorde at arbeidet ble utført på en nøyaktig måte, slik at rammeverket for analysen skulle være så presist og reliabelt som overhode mulig.

## 2.4 Metodiske utfordringer

Før funnene i denne studien presenteres, er det viktig å påpeke de metodiske utfordringer som er knyttet til den valgte metoden. Først og fremst må det nevnes at hvilke faktorer man velger å se etter i analysen, påvirker resultatet. Dette er et karaktertrekk som anses som en svakhet ved en kvalitativ studie. Som nevnt tidligere har hensikten med å bruke kvalitativ innholdsanalyse vært å gå i dybden på analyseobjektet. For å unngå forskjeller i analysematerialet, har jeg forsøkt å være så systematisk som overhodet mulig i denne prosessen. Dette er grunnen til at visse faktorer ble valgt, slik at de kunne danne et rammeverk og bidra til systematisering av datamaterialet.

Det mest fremtredende problemet man kan støte på ved bruk av kvalitativ innholdsanalyse, er at forskerens perspektiv kan påvirke utvelgingen og tolkningen (Grønmo 2004:192). Dersom man har et for snevert perspektiv, vil dette kunne påvirke hvilket materiale man velger for analysen. I denne oppgaven har jeg forsøkt å ha et bredere perspektiv, ved å inkludere folkemøter fra flere valgår. På denne måten vil man få et komparativt blikk, i tillegg til at utvalget for analysen vil bli større. Etter tidsperspektivet ble bestemt, ble utvelgelsen av folkemøtene nesten gjort av seg selv ettersom analysen er basert på de debattene fjernsynskanalene selv har døpt ”folkemøte”. På denne måten skjedde utvelgelsen hovedsakelig basert på fjernsynskanalenenes kriterier, i stedet for forfatterens. Videre har jeg forsøkt å se etter faktorer som kan gi et bredt bilde på folkemøtene, slik at mine tolkninger ikke legger føringer for resultatene jeg finner i analysen.

En annen utfordring er at reliabilitet er et vanskelig mål å oppfylle i en kvalitativ studie. Hensikten med reliabilitet er at undersøkelsen skal være etterprøvbar. Dette innebærer at de samme resultatene skal kunne oppnås dersom undersøkelsen skulle gjennomføres under samme betingelser, men av en annen forsker (Gentikow 2005:58). Ettersom denne studien gjøres av et fenomen i en bestemt kontekst, kan ikke dette fenomenet forstås utenfor denne konteksten. Den eneste måten å vurdere pålitelighet i denne sammenheng, er å være åpen og kritisk om de valgene man tar underveis. Systematisering av datainnsamling vil bidra til å gjøre funnene mer troverdig. Ettersom reliabilitet i all hovedsak er knyttet til en presisjon som kun kvantitative studier kan gi, vil reliabilitet i seg selv alltid være et vanskelig mål for kvalitative studier. Dersom noen skulle ønske å etterprøve denne studien, vil det imidlertid være mulig å følge de samme kriteriene som jeg har basert analysen på.

Validitet er et viktig hensyn, også i en kvalitativ studie. En konkret form for validitet deles ofte inn i *intern* og *ekstern validitet*. Førstnevnte innebærer hvorvidt resultatene er gyldige for det fenomenet som er undersøkt. Dersom den interne validiteten er høy, har man samlet inn datamateriale og foretatt en analyse som besvarer problemstillingen. Ekstern validitet baserer seg på om resultatene kan generaliseres til andre fenomener (Grønmo 2004:233). I denne oppgaven vil den interne validiteten være høy, ettersom utvalget er bredt og analysen er gjennomført systematisk basert på et spesifikt analyseobjekt. Gjennom hele prosessen har hensikten vært å analysere folkemøtene med det formål å undersøke informasjonsformidlingen. Generalisering vil derimot være en utfordring, ettersom folkemøtene ikke ligner på mange andre valgprogrammer. Siden folkemøtene er studert isolert fra andre valgsendinger, vil det ikke være mulig for denne oppgavens omfang å ta sikte på å generalisere til *andre* valgprogrammer eller andre fenomener. I tillegg eksperimenterer fjernsynskanalene med valgsendingene. Dette betyr at en valgsending kan forandre sitt format fra et valgår til det neste, eller så har det blitt erstattet av et annet valgprogram. Man kan imidlertid argumentere for at resultatene fra analysen vil kunne generaliseres til *lignende* valgprogrammer, hvor samme format benyttes.

Hensikten med denne studien er å benytte etablerte teorier i massekommunikasjonsforskningen på et analyseobjekt som er velkjent i norsk valgkamp. Som nevnt har fjernsynsdebatter blitt studert før, men disse studiene har ikke benyttet seg av det samme teoretiske rammeverket. Mitt mål vil derfor være å få et oppdatert syn på fjernsynsmedienes påvirkning i den norske valgkampen, ved å benytte teorier som ofte ses i sammenheng med nyhetssendinger og avisoppslag. På denne måten vil velkjente elementer innen forskningen på massekommunikasjon settes sammen på en ny måte for å komme med et nytt bidrag til dette forskningsfeltet. Dette gjør at oppgaven bærer preg av å være et utforskende studium, og funnene i studien vil forhåpentligvis kunne danne grunnlag for en senere studie som kan ha som mål å generalisere i større grad enn denne oppgaven vil ha mulighet til.



### 3 En analyse av NRKs og TV2s ”Folkemøter”

Dette kapitlet tar utgangspunkt i oppgavens første underproblemstilling, som er: *”I hvilken grad og på hvilken måte kan folkemøtene sies å bidra til opplyst forståelse hos velgerne?”*. Dette gjøres ved å analysere hvorvidt folkemøtene bidrar til å klargjøre partienes politikk for velgerne. En klargjøring av partienes politikk betegner i denne sammenheng hvorvidt seerne får en bedre forståelse av hva partiene *egentlig* står for i den gjeldende saken. En slik undersøkelse vil kunne bestå av flere elementer. Et element det vil være formålstjenlig å se etter, er hvordan folkemøtet blir gjennomført. Her vil det være viktig å se på hvordan debatten arter seg, hvordan publikum oppfører seg, og hvorvidt fokuset for folkemøtet er preget av et saksfokus eller underholdningsfokus. Det vil også innebære å se på hvordan selve formatet til folkemøtet er lagt opp, noe vil kunne gi et innblikk i hvor god informasjonsflyten ut til seerne er. Et annet sentralt element er hvordan premissene for debatten er presentert. Dette innebærer en analyse av hvilke partier som får delta i debattene, og ikke minst hvilke saker som diskuteres. For å kunne undersøke hvorvidt folkemøtene bidrar til opplyst forståelse, er det viktig å se om partiene får delta i de debattene hvor de har sakseierskap, men også om de får delta i andre debatter for å vise bredde. I tillegg vil det være hensiktsmessig å se på hvorvidt temaene for folkemøtene stemmer overens med temaene velgerne anser som viktige. Dersom partier blir ekskludert fra sentrale debatter, vil det ha konsekvenser for både partiene og seerne. Her vil et sentralt element være *priming*, eller assosiasjonseffekter, som jeg var inne på i kapittel én. Partier som ikke får delta, når ikke ut til et like bredt publikum. Dette kan føre til at velgerne ikke assosierer disse partiene med saker som er viktige for dem. Det er imidlertid viktig å påpeke at i denne sammenheng vil det også være viktig å analysere hvilken rolle programlederen spiller, og ikke minst se på hvilke tolkningsrammer de legger for debattene. Disse to elementene vil jeg komme tilbake til senere, og vil derfor ikke bli diskutert i dette kapitlet.

Basert på forskningen som ble presentert i kapittel én, kan man anta at publikum ikke får et bedre informasjonsgrunnlag av å se på folkemøtene. Dette vil kunne være et resultat av at mediene konstruerer debattene etter underholdningsgrad og hvor godt politikerne greier å snakke for seg. For å få en bedre forståelse av hvilken rolle medias regisering av debatten spiller og hvordan denne har utviklet seg, vil det være naturlig å analysere folkemøtene fra de siste fire stortingsvalgkampene hver for seg. Dermed vil vi kunne se hva som har

kjennetegnet folkemøtene de ulike årene, samt i hvilken grad saklighet har vært dominerende. Å kartlegge utviklingen til folkemøtene er viktig ettersom hensikten med dette kapittelet er å se hvorvidt valg av format bidrar til opplyst forståelse om de politiske alternativene.

Mediene setter dagsorden i valgkampen, ved at de i stor grad bestemmer hvilke saker som skal være i fokus. Dette er spesielt tydelig i fjernsynsdebatter ettersom kanalene bestemmer temaet for sendingen. Temaene redaksjonen velger skal være de som har vist seg å være viktige i valgkampen. Videre legger fjernsynskanalene også premissene for debattene, noe som har kjennetegnet folkemøtene siden den første sendingen (Allern 2011:201). Selv om formatet for folkemøtene har vært gjenkjennelig siden programmet så dagens lys, har det blitt gjort visse endringer ved hvert valg. Dette må ses i sammenheng med hvilket fokus fjernsynskanalene velger, men også ytre faktorer kan påvirke dette. Sosiale medier har en mer fremtredende rolle i dagens samfunn enn før, og denne utviklingen kan ha påvirket fjernsynsvalgkampen.

En antakelse som ligger til grunn for dette kapittelet er at de tidlige folkemøtene var preget av underholdning, men at dette elementet har blitt tonet ned i de senere årene. Denne antakelsen er basert på det faktum at politikerne nå har muligheten til å ytre seg direkte ovenfor velgerne i form av sosiale medier. Sosiale medier har bidratt til at et større antall av aktører som får mulighet til å nå ut med sine meninger. Selv om dette er tilfelle er det viktig å huske at mer volum ikke nødvendigvis betyr mer dybde. Ettersom sosiale medier, som for eksempel Twitter, oppfordrer til korte meldinger, blir disse ofte meget polemiske. Meldingene er stadig preget av negative kommentarer, spesielt om andre partier og aktører. På grunn av at sosiale medier har fått denne rollen, kan det tenkes at fjernsynskanalene muligens ser seg nødt til å undersøke hva politikerne *egentlig* mener. I så fall kan det skje på bekostning av det politiske spillet. Denne antakelsen kan i stor grad baseres på Allerns (2011) forfallshypotese, hvor han påpeker at fjernsynet ikke lenger har en like sentral rolle under valgkampen. Dette er fordi det finnes andre arenaer hvor politikerne får uttale seg fritt. Likevel skal man ikke undervurdere fjernsynets rolle. Fjernsynet er fortsatt det viktigste mediet for velgerne når det gjelder tilgang på informasjon under valgkampen (Aalberg og Jenssen 2007; Aardal, Krogstad, og Narud 2004; Karlsen 2011). Det er imidlertid ikke utenkelig at slike ytre faktorer har bidratt til at folkemøtene har utviklet seg i en mer saklig retning.

I dette kapittelet vil jeg ta for meg folkemøtene i forkant av stortingsvalgene i perioden 2001-2013. Hensikten er å undersøke hva som kjennetegner de ulike årene, i tillegg til å studere hvilken retning utviklingen har gått. Etter at empirien for hvert valgår er lagt frem, vil jeg kort oppsummere de fremtredende kjennetegnene ved folkemøtene for det gjeldende året. Kapittelet vil bli avsluttet med en mer omfattende diskusjon med utgangspunkt i de to elementene som ble nevnt innledningsvis.

### 3.1 2001 – Politikerne svarer

I 2001 var folkemøtene et av hovedformatene i valgsendingene til NRK (Allern 2011:252). Rammen rundt folkemøtet er velkjent; det er et publikum til stede, og politikerne sitter ved et panel vendt mot de stående programlederne. I tillegg er temaene for debattene varierende, med et overordnet tema for hvert enkelt folkemøte.

Det første folkemøtet gikk av stabelen i Bergen med temaet ”Valgets kval”, hvor hensikten var å klargjøre ideologiske forskjeller mellom partiene. Deltakerne var Jens Stoltenberg (AP), Jan Petersen (H), Kjell Magne Bondevik (KrF), Carl I. Hagen (FrP), Kristin Halvorsen (SV) og Odd Roger Enoksen (SP). Folkemøtet innledes med at programlederne hevder at *”flere velgere sliter mer enn noen gang med å bestemme seg”* for hvilket parti de skal stemme på, og at det har aldri før vært så mange regjeringalternativer som ved dette stortingsvalget. Programmet har derfor som mål å klargjøre hvilke partier som kan tenke seg å sitte sammen i regjering. Folkemøtet har et visst showpreg, i den forstand at politikerne må bruke humor og kjappe replikker dersom de ønsker å få frem sine poenger. Korte og konsise svar belønnes, mens forsøk på å utdype argumenter blir slått ned på dersom dette ikke blir bes om, noe som blir spesielt synlig i de fire spørsmålsrundene hvor hvert parti skal svare så kort og konsist som mulig. Et slikt format rammer naturligvis noen politikere hardere enn andre. Lederen i Senterpartiet, Odd Roger Enoksen, ønsker å få utdype sitt argument, ettersom han *”mest sannsynlig ikke fikk slippe til igjen på en stund”*.

Det andre folkemøtet sendes fra Oslo og handler om kriminalpolitikk – et tema programlederne hevder innledningsvis at angår absolutt alle nordmenn. Deltakerne er Øystein Meland (AP), Kristin Krohn Devold (H), Anita Apelthun Sæle (KrF), og Odd Einar Dørum (V). Dette folkemøtet følger samme format som tidligere, men det legges også til to runder hvor politikerne må svare ”ja/nei” på hvorvidt de er for bevæpning av politiet, og om den

kriminelle lavalderen bør senkes. Under disse ja/nei-rundene, bemerker programlederne at de får så korte svar at de nesten blir satt ut. Det er tydelig at presise svar belønnes, også under dette folkemøtet. Dette er spesielt vanskelig for Jan Simonsen fra Fremskrittspartiet, som tydelig viser at han er mer opptatt av hva som er feil ved politikken til de andre partiene enn å svare på spørsmål om hvordan FrP vil løse problemene. Selv om han til en viss grad besvarer spørsmålene, bruker han lenger tid enn det rammene for debattene tillater. Dette underbygger antakelsen om at folkemøtene fra 2001 har et format som gjør det vanskelig for politikerne å utdype sine argumenter.

Valgkampens tredje folkemøte sendes fra Ålesund, og handler om skolepolitikk. Deltakerne er Trond Giske (AP), Inge Lønning (H), Valgerd Svarstad Haugland (KrF), Kristin Halvorsen (SV), Åslaug Haga (SP) og Aslak Sira Myhre (RV). Stemningen blir satt innledningsvis når programlederne påpeker at man påstår at Norge har verdens beste skolesystem. Spørsmålet er da hvorfor det likevel er slik at hver sjettede elev ikke har lært seg å lese og skrive ordentlig når vedkommende går ut av grunnskolen, hvorfor skolebygninger raser sammen, hvorfor vi har foreldet IT-utstyr og så videre. Formatet er det samme som tidligere, og politikerne får spørsmål underveis angående spesifikke saker, i tillegg til at det blir gjennomført tre runder med ja/nei-spørsmål. Men, til tross for samme format, er dette folkemøtet noe livligere enn de to foregående. Dette er hovedsakelig på grunn av et mer aktivt publikum som ikke bare klapper entusiastisk, men som også begynner å bue på politikernes innlegg.

Det siste folkemøtet sendes fra Tromsø, og handler om oljepenger. Deltakerne er Karl Eirik Schjøtt-Pedersen (AP), Per Kristian Foss (H), Kjell Magne Bondevik (KrF), Siv Jensen (FrP), Øystein Djupedal (SV), og Lars Sponheim (V). Debattens vinkling er hvorvidt oljerikdommen er blitt til besvær. Hensikten var å få frem hvor mye oljepenger de ulike partiene *egentlig* vil bruke, og hva de mener er forsvarlig bruk. I denne sendingen er programlederne spesielt opptatt av at politikerne skal komme med konkrete tall, noe som fører til at de ofte blir avbrutt dersom de ikke gjør dette raskt nok.

Under dette folkemøtet er publikum spesielt aktive, og viser ofte hva de mener i form av høy buing eller entusiastisk klapping. Bildene av publikum viser at det er flere som tilhører de deltakende partiene. Det kan derfor virke som om reaksjonen fra publikum er noe vilkårlig i den forstand at man klapper aktivt for sitt eget parti, og buer for andre uansett hvilke poenger

de kommer med. Dette blir også påpekt på slutten av debatten, når en av programlederne bemerker: ”*Jeg har en følelse av at noen av de bak her er mer opptatt av å bue enn å høre på hva politikerne sier*”. Humor er også en essensiell del av debatten, noe som forsterker underholdningspreget, ettersom dette virkemiddelet brukes både av politikerne og programlederne. For eksempel så går lyset flere ganger. Dette skjer tilfeldigvis mens Schjøtt-Pedersen snakker om at han vil senke el-avgiften. Humoristisk kommer det da fra en av programlederne: ”*Det kan skje så raskt når du først er i siget*”. Selv om bruken av humor gjør debatten mer underholdende for de som ser på, bidrar det ikke til en spesielt saklig diskusjon.

### **3.1.1 Oppsummering**

Folkemøtene foran stortingsvalget i 2001 ble i stor grad preget av showeffekter, noe som kom tydelig frem i form av de kjappe replikkskiftene, humoren og interaksjonen mellom programlederne og deltakerne. I tillegg ble showeffekten også tydelig i form av publikums reaksjoner. Under de ulike folkemøtene var det et aktivt publikum i salen, som viste sine meninger via buing, klapping og latter. Det er viktig å påpeke at publikums reaksjoner også kan ha en påvirkning på velgerne. Seerne får ikke opplyst på forhånd at store deler av publikum tilhører et politisk parti. Dette er viktig informasjon ettersom tilhengerne vil heie på sitt parti uansett hvordan debatten arter seg. Som seer kan man få inntrykk av at publikum er enig i gode poenger. Dermed kan man bli ”lurt” når det viser seg at *hva* som blir sagt ikke er like viktig som *hvem* som sa det.

## **3.2 2005 – TV2 kopierer NRKs folkemøter**

Folkemøtene, som hadde vært NRKs flaggskipsending i mange år, fikk i 2005 konkurranse fra et liknende program sendt på en konkurrerende kanal. Foran dette stortingsvalget sendte NRK som vanlig sine folkemøter, i tillegg til at TV2 for første gang også valgte å bruke folkemøteformatet i sine valgsendinger. Begge kanalene brukte derfor samme mal for sendingene (Allern 2011:290), noe som skulle tilsi at folkemøtene i begge kanalene var bortimot like.

### **3.2.1 NRK – Underholdningens år**

NRKs første folkemøte gikk av stabelen på Handelshøyskolen i Bergen, med Knut Olsen som programleder. Introduksjonen kommer over høytaler av komiker/politisk imitator Rune

Andersen, på bergensdialekt. Programlederen kommer inn i salen til jazzmusikk fra orkesteret ”Big Business Band”, og starter debatten med å hevde at *”hadde det vært valg i morgen, måtte valget blitt avgjort med målfoto”*. Politikerne blir så introdusert og setter seg på plassene sine. Panelet der politikerne sitter er annerledes enn ved forrige valg. For å skape en mer uformell stemning, er det nå satt opp høye bord og stoler rett foran publikum. Programlederen står fortsatt ved et bord foran politikerne med muligheten til å bevege seg rundt.

I dette programmet får Carl I. Hagen (FrP), Kjell Magne Bondevik (KrF), og til en viss grad Jens Stoltenberg (AP), muligheten til å snakke til sammen i hele 20 minutter før Erna Solberg (H) og Kristin Halvorsen (SV) får mulighet til å komme med innspill. Når Erna Solberg får sin tur, bemerker hun: *”Jeg var på vei til å lure på om jeg måtte begynne å kreve kjønnskvolter i denne debatten her. Jeg og Kristin ville blitt enige om en ting”*. De presise svarene og kjappe replikkskiftene som kjennetegnet folkemøtene i 2001, synes ikke å være tilstede her i like stor grad. Politikerne får altså god tid på sine svar. Temaet for dette første folkemøtet er *”Hvem skal styre Norge?”*, og flere undertemaer ble diskutert i løpet av sendingen. Et hett tema var blant annet Halvorsens lovnader om full barnehagedekning. Etter at debatten har foregått i nærmere en time, blir det med ett gjort oppmerksom på at det skal foregå en duell. Bakgrunnen for dueller er at Venstres leder, Lars Sponheim, hadde vært ute i media og hevdet at Senterpartiet hadde mistet mye av sitt grunnlag som sentrumsparti. Dermed møtes Sponheim og Senterpartiets leder Åslaug Haga til en duell som foregår rundt programlederens bord. Verken Sp eller Venstre har deltatt tidligere i debatten, men får altså muligheten til å diskutere i denne duellen, dog i en tematisk begrenset form.

Det er tydelig at underholdning også er et viktig innslag i sendingen. VGs karikaturtegner er invitert for å tegne hvordan debatten arter seg. Politisk imitator Rune Andersen er den som introduserer programlederen på begynnelsen av sendingen. Han får også tid på slutten av programmet til å imitere både politikere og kjente bergensere som *”holdt et alternativt folkemøte”* et annet sted. Dette resulterer i at sendingen varer i hele 75 minutter, selv om debatten i seg selv kun varer i underkant av en time.

Valgkampens andre folkemøte blir sendt fra Studentersamfundet i Trondheim, med finans som overordnet tema. Deltakerne i denne debatten er Marit Arnstad (Sp), Per Kristian Foss

(H), Bjarne Håkon Hanssen (Ap), Øystein Djupedal (SV), Siv Jensen (FrP) og Dagfinn Høybråten (KrF). Begynnelsen på dette folkemøtet er stort sett dominert av Arnstad og Foss med en debatt seg i mellom. Etter en stund blir også de andre politikerne ønsket velkommen og gitt ordet. Også under dette folkemøtet er det tydelig at politikerne har mulighet til å holde lengre innlegg. Videre er det mye diskusjon mellom politikerne, spesielt i form av å kritisere andres politikk i stedet for å fokusere på egen politikk. Sistnevnte påpeker Siv Jensen underveis i debatten, til applaus fra salen: *”For det første, så tror jeg, med all respekt, at denne debatten blir mye mer konstruktiv for velgerne hvis vi konsentrerer oss om å si hva vi selv ønsker å gjøre, i stedet for å hakke hverandre i hodet som gale. Det fører ingen vei hen, og jeg er veldig lei sånne debatter”*. Imidlertid må det nevnes at selv om Jensen påpeker et viktig poeng, går heller ikke hun gjennom hele debatten uten å kritisere andres politikk. Likevel er utsagnet illustrerende for dette folkemøtet; politikerne får overraskende god tid både på å komme med eksempler og fortelle historier. Dette resulterer i at de også får større mulighet til å spille videre på hverandres innlegg.

I folkemøtet foregår det en duell mellom AUF-leder Gry Larsen og Unge Høyre-leder Torbjørn Røe Isaksen. Temaet for duellen er LOs finansielle bidrag til partiene i den rødgrønne leieren, og hvorvidt det finansielle bidraget er betinget av innflytelse over den rødgrønne politikken. Folkemøtene har vært kjent for å bruke medlemmer fra ungdomspartiene som publikum, noe som blir særdeles tydelig under denne debatten. Selv om publikum var aktivt gjennom hele debatten, blir ytringene fra publikum mer intense når ungdomspolitikere kommer på banen. Etter at duellen er over, får Arnstad og Høybråten avslutte debatten ved å svare på to spørsmål fra programlederen. Den resterende tiden blir brukt på underholdningsbidrag i form av å snakke med karikaturtegneren, musikalsk innslag fra DDE, samt den politiske imitatoren Rune Andersen.

Valgkampens tredje folkemøte fant sted i Tromsø, hvor skolepolitikk skulle diskuteres. Malen er den samme som ved de tidligere folkemøtene. Representantene er Trond Giske (AP), Kristin Clemet (H), Inga Marte Thorkildsen (SV), og Knut Arild Hareide (KrF). Så fort politikerne setter seg ved bordene, stilles kveldens første spørsmål til Clemet. Tendensen i denne debatten er at de fleste politikerne snakker om SVs skolepolitikk mer enn sin egen, noe Giske påpeker når han senere får ordet: *”Nå har Inga Marte sagt veldig mye om SVs*

*skolepolitikk. Kristin Clemet har også stort sett snakket om SVs skolepolitikk. Hvis jeg får lov, skal jeg snakke om Arbeiderpartiets skolepolitikk”.*

Folkemøtet fra Tromsø er også preget av et enda større spillerom for politikerne. Resultatet er at politikerne styrer mye av debatten seg i mellom, og spiller videre på hverandres innlegg. Dette skaper i stor grad underholdning for publikum, men gjør det til gjengjeld vanskelig for politikerne å bli hørt ettersom de ofte snakker i munnen på hverandre. I tillegg er det et meget aktivt publikum, noe som innebærer mye bakgrunnsstøy<sup>3</sup>. Det medfører at politikerne ofte får problemer med å høre hva programleder spør om, og programlederen må gjenta spørsmålet til stadighet. Debatten blir altså karakterisert av ivrig diskusjon, med politikere som forsøker å få frem sine poenger, men som ofte drukner i hverandres argumenter og publikums reaksjoner.

Under dette folkemøtet blir et nytt element innført i debatten. Etter at sendingen har holdt på i 30 minutter, presenterer programlederen plutselig ”to fremadstormende” unge politikere som skal delta videre i debatten. Dette er Ola Borten Moe fra Senterpartiet og Sylvi Listhaug fra Fremskrittspartiet. Etter at de har funnet plassene sine, fortsetter debatten som før, frem til det er dags for duell. Den tematiske rammen for duellen, er Halvorsens uttalelse i media om at dette valget er et verdivalg. KrFs nestleder Dagrun Eriksen og APs Karita Bekkemelem kommer inn i salen og stiller seg rundt programlederens bord. Etter duellen får Thorkildsen og Clemet siste ord, før programlederen bemerker at *”timen er over”*.

NRKs siste folkemøte foregår i Drammen, og handler om industripolitikk. Kveldens tema introduseres slik: *”Hjertelig velkommen til det siste folkemøtet denne valgkampen. Vi er i det som en gang var Union-fabrikk i Drammen. Nå heter det Union Scene. Ennå gjaller kampropene i nabobyen Skien. Her synger ingen maskiner lenger. Her høres bare stemmene til Drammen mannskor; ’Til Drammenselvets Pris’”*. Etter at Drammen Mannskor har holdt sitt underholdningsinnslag, får politikerne komme inn. Deltakerne denne gangen er Morten A. Meyer (H), Per Olaf Lundteigen (SP), Lars Sponheim (V), Hill-Martha Solberg fra (AP) og Øystein Djupedal (SV).

---

<sup>3</sup> Her kan man tydelig se skilt med partilogoer, spesielt fra Unge Høyre. Det er sannsynlig at de har fått beskjed om å være aktive, ettersom hele debatten er preget av buing og klapping synonymt.



Som ved tidligere folkemøter, går man rett på spørsmålene til politikerne etter de har funnet plassene sine. Etter en stund blir et nytt element presentert i årets folkemøter; fagforeningsleder ved Union, Jan Grini, får muligheten til å si noen ord, samt å utfordre politikerne på hvorfor de legger ned fabrikker og arbeidsplasser. Videre er det også i dette folkemøtet lagt opp til en duell. Premissene for duellen er imidlertid noe endret for anledningen. Drammen som innvandrerbym blir et tema. Programlederen velger å intervju en innvandrers bosatt i Drammen, samt Hordaland RVs stortingskandidat. Selve duellen utkjempes av Carl I. Hagen (FrP) og Olaf Thommesen (V). Også under denne duellen avbryter de to politikerne hverandre. Dette gjelder spesielt Thommesen. Hagen kan dermed ikke dy seg: *”Kan jeg få snakke ferdig? Du er ellers en høflig mann...”* Etter duellen er over, blir årets siste folkemøte avsluttet med flere underholdningsinnslag.

### 3.2.2 Folkemøte med Holmgang-preg

I 2005 brukte TV2 for første gang malen, samt navnet ”folkemøte” på en av sine hovedvalgsendinger. Programlederen for disse møtene var den tidligere Holmgang-programlederen Oddvar Stenstrøm. I motsetning til NRK varte TV2s folkemøter i underkant av en time, uten underholdningsinnslag. Selve formatet var imidlertid likt i de to kanalene: det var et publikum til stede, et panel av politikere, samt et bestemt tema for hver sending. Men her stopper også likhetene.

TV2s første folkemøte sendes fra Ålesund, og har temaet ”Trenger vi en ny regjering?” Ved første øyekast er det tydelig at formatet for denne debatten likner de tradisjonelle folkemøtene; partiene sitter sammen i et panel, mens programlederen står foran med muligheten til å bevege seg rundt. Debattantene sitter allerede klare i panelet når programmet starter. Deltakerne er Kristin Halvorsen (SV), Jens Stoltenberg (AP), Kjell Magne Bondevik (KrF), Erna Solberg (H), samt Carl I. Hagen (FrP)<sup>4</sup>. Et særegent trekk ved TV2s folkemøter, er at det er mulig for seerne å ringe inn for å svare på spørsmålet ”trenger vi en ny regjering”. I tillegg kan de ringe inn og kommentere debatten.

Det første temaet som diskuteres, er fattigdom. Når Kristin Halvorsen blir gitt muligheten til å snakke om hvorfor fattigdommen ikke har blitt utslettet, sier hun: *”Jeg tror ikke Bondevik er*

---

<sup>4</sup> I dette programmet ser man tydelig partieffekter i salen, som Arbeiderpartiets t-skjorter.

*en ond mann. Jeg tror faktisk at han har et bankende hjerte for de som er fattige. Men jeg tror at han har havnet i ulidelig dårlig selskap*". Politikerne får relativt god tid til å utbrodere sine svar, men bruker til gjengjeld mye tid på å avbryte hverandre. Dette utnytter blant annet de rødgrønne partiene ved å forsvare hverandre dersom de blir avbrutt. Dermed får seerne et inntrykk av at de står sammen i debatten.

Det er spesielt ett element som skiller seg fra NRKs folkemøter, nemlig TV2s bruk av personer som eksempler. Underveis presenterer programlederen at: *"Vi skal gi fattigdommen et ansikt i kveld. Vi skal møte et menneske som forteller oss hva det vil si å være fattig, i dette landet politikerne skryter av er verdens beste land å bo i. Maria, du sitter sammen med henne"*. Intervjuobjektets historie brukes for å vise at Bondevik ikke har holdt det han har lovet i sin tid i regjering. Senere kommer et lignende eksempel med eldeomsorgen. Avslutningsvis presenterer programlederen innringertallene, mens kommentarene til innringerne blir så spilt av i studio, hvor man kan se politikere og publikum reagere.

TV2s andre folkemøte finner sted i Bodø, og handler om finans. Også denne gangen sitter politikerne klare i studio, med publikum samlet rundt. Deltakerne denne gangen er Øystein Djupedal (SV), Per Kristian Foss (H), Siv Jensen (FrP), Hill-Martha Solberg (AP), Marit Arnstad (SP) og Lars Sponheim (V). Etter en meget kort innledning, går programlederen Oddvar Stenstrøm direkte på spørsmålene, hvor fokuset blir på Djupedal og Foss. Etter disse har fått debattert en liten stund, henvender programleder seg til kameraet og opplyser seerne om at de kan få si sin mening. Spørsmålet de kan ringe inn å svare på, er *"Vil de rød-grønne ødelegge økonomien vår?"* De kan også ringe inn for å si sin mening om debatten. Også i dette programmet presenteres det at vi skal snakke med noen som kjenner på politikernes valg i det daglige liv. Eksempelene som benyttes, er rettet mot hver sin politiske blokk, noe som gjør at både det borgerlige og det rødgrønne alternativet blir utfordret.

Videre ser man en tendens til at politikerne er mer opptatt av å kritisere hverandres politikk enn å opplyse seerne hva de selv står for. Mange av politikernes kommentarer fremføres med en god dose humor, noe som øker underholdningsverdien for publikum. Et eksempel er Djupedals analyse av det borgerlige samarbeidet: *"De [Høyre] sitter i et borgerlig kaossamarbeid der de, i tillegg til å samarbeide med Siv Jensen som bruker penger som en full sjømann..."* Per Kristian Foss er ikke sen om å gi svar: *"Men at SV kan regne, det er vel*

*kanskje en overdrivelse.*” Dette er naturligvis underholdende, men virker lite informativt. Etter en kort spørsmålsrunde på hvem som vil fjerne kontantstøtten, avsluttes programmet med svar på spørsmålet som ble presentert i forkant av debatten. Hele 74 prosent mener at en rødgrønn regjering vil ødelegge økonomien. Reaksjoner fra seerne blir også avspilt samtidig som rulleteksten.

TV2s siste folkemøte denne valgkampen finner sted i Fredrikstad, og har temaet skolepolitikk. Deltakerne denne gangen er Trond Giske (AP), Kristin Halvorsen (SV), Dagfinn Høybråten (KrF), Kristin Clemet (H), og Siv Jensen (FrP). Programmet starter med en kort innledning: *”Hver femte elev i verdens dyreste skole, lærer ikke engang å lese. Og nå vil SV, som kanskje får bestemme, fjerne både karakterer og eksamen i skolen. Får vi en bedre skole da, eller er det på tide å stille større krav til både lærere og elever?”* Spørsmålet som seerne får mulighet til å besvare denne gang er: *”Bør vi fjerne karakterene i skolen?”*

Debatten foregår på samme måte som TV2s tidligere folkemøter i denne valgkampen. Det er et aktivt publikum som understreker sine synspunkter med klapping og buing. I tillegg får politikerne relativt god tid til å svare for seg, så lenge de holder seg innenfor tematikken. Også denne gangen gir programlederen ordet til en reporter som sitter i salen, hvor hun med en elev i ungdomsskolen, som hevder at karakterer ikke nødvendigvis er det beste for elevene ettersom de ikke gir noen god pekepinn for hva de faktisk har gjort bra eller dårlig. Senere blir også en forsker fra NOVA intervjuet. Han oppfordrer politikerne til å basere seg på den forskningen som finnes med tanke på hva som må til for å skape en god skole. Sendingen avsluttes med svar på det tidligere stilte spørsmålet, og hele 90 prosent av de innringende seerne svarte nei til å fjerne karakterene i norsk skole. Reaksjoner fra seerne blir også avspilt avslutningsvis.

### **3.2.3 Oppsummering**

Basert på den empiriske gjennomgangen, er det tydelig at NRK og TV2 valgte en ulik gjennomføring til tross for at de fulgte samme format for møtet. Det mest slående, er at NRKs folkemøter hadde en sendetid på 75 minutter, men at over 15 av disse ble brukt til underholdning. Selv om underholdningsinnslag i seg selv ikke nødvendigvis er forstyrrende, er plasseringen og mengden av dette noe uheldig. NRKs folkemøter inneholder såpass mye underholdning at det er vanskelig å se på det som en opplysende politisk debatt.

TV2 sendte omtrent 50 minutter lange folkemøter, uten underholdningsinnslag. De valgte imidlertid å trekke inn kjennetegn fra TV2s andre debattprogrammer, og på denne måten gå noe utenfor det vanlige folkemøteformatet. I tillegg valgte de å gjøre temaene som ble diskutert mer dagligdagse. Dette kan ha to effekter: Ved å bruke 'normale mennesker' som eksempler, må politikerne svare for enkeltindividet, ikke bare grupperinger og statistikk, som de er mer vant til. Samtidig kan seerne få et nærere forhold til det som blir diskutert. De kan muligens kjenne seg igjen i livssituasjonen til disse menneskene, eller få mer sympati for gruppen det er snakk om.

### **3.3 2009 – Fortsatt publikum, men lite show**

I 2009 var ikke folkemøtet lenger hovedvalgssendingene verken i NRK eller TV2 (Allern 2011:307). Førstnevnte sendte kun ett folkemøte, i form av en partilederdebatt som representerte startskuddet for NRKs fjernsynsvalgkamp. Av TV2 sine valgssendinger var to av disse folkemøter. Folkemøter var altså ingen satsning i dette årets valgkampssendinger.

#### **3.3.1 NRKs partilederdebatt**

NRKs første, og eneste, folkemøte denne valgkampen er en partilederdebatt, som sendes fra Christianshold Festning i Kristiansand. Under dette møtet kommer partilederne ut mens programlederne presenterer debatten: *"40 prosent av velgerne har ennå ikke bestemt seg. Og det går mot dødt løp på alle meningsmålinger mellom de rødgrønne og de borgerlige. Og her i Kristiansand virker det hvertfall som om det er ganske mange mennesker som har ventet på valgkampen. Vi skal gjennom mange temaer i kveld. Vi skal forsøke, så godt vi kan i alle fall, og få klare svar, og vi starter med det største spørsmålet av alle: Hvem blir vår neste statsminister?"* Selve debattarenaen er utformet slik at politikerne sitter i et todelt panel, med de rødgrønne på den ene siden og de borgerlige på den andre. Deltakerne er Jens Stoltenberg (AP), Kristin Halvorsen (SV), Liv Signe Navarsete (SP), Lars Sponheim (H), Siv Jensen (FrP), Erna Solberg (H) og Dagfinn Høybråten (KrF).

Det første som diskuteres er altså statsministerspørsmålet. Temaet innledes med at det vises et klipp av Lars Sponheim som sier at han ikke vil ha Jens Stoltenberg som statsminister, men at han ønsker enda mindre at Siv Jensen skal bli statsminister. I den forbindelse blir humor raskt

viktig i denne debatten, noe Stoltenberg viser når han snakker om skatt: *”Og Fremskrittspartiet strør om seg med milliarder. Nå brukte de 29 milliarder på skattelette, så i går hørte jeg at dere brukte 4,2 milliarder kroner på å fjerne NRK-lisensen, så brukte dere seks milliarder på å fjerne alle bommer. Da er vi altså godt over 40 milliarder kroner, på tre dager! Og problemet er, at det er fire uker igjen av valgkampen, og jeg åpner nesten ikke en avis, hører nesten ikke et radioprogram, ser ikke et debattprogram hvor ikke en eller annen fra Fremskrittspartiet kommer med et eller annet forslag som koster 1, 2, 3, 4 milliarder. Altså, jeg tør nesten ikke skru på radioen, jeg, for da forsvinner det en milliard hver gang jeg hører noe fra Fremskrittspartiet.”* Politikerne forstår at det å gjøre en god debatt ofte innebærer å gjøre den morsom for seerne, samtidig som de får frem budskapet.

Etter temaet om regjeringsdebatten er over, vil programlederne utfordre politikerne på hva deres visjon med Norge er: Hvordan vil Norge se ut om 10 år? Dette er en slags lynrunde, hvor de skal svare kort og konsist. De gjør en lignende runde senere i programmet, hvor de spør politikerne hvilken gruppe de mener er viktigst å kjempe for de neste årene. I tillegg diskuterer de Lofoten, Vesterålen og Senja, samt skatt. I forkant av disse temaene sendes det et klipp med en politiker som uttaler seg om temaet som skal diskuteres. For temaet Lofoten, Vesterålen og Senja, er det Kristin Halvorsen som i et intervju hevder at denne saken er utrolig viktig for SV. Når temaet skifter til skatt vises det et klipp både av Siv Jensen og Erna Solberg, som forteller hvorfor skattelettelse er viktig. Disse tre hovedtemaene opptok hele debatten, som varte i nesten 75 minutter uten underholdningsinnslag.

### **3.3.2 Folkemøter lagt til TV2s studio**

TV2s første folkemøte sendes fra TV2s studio på Karl Johan, og går systematisk gjennom tre temaer: skattelettelse, fattigdom, og innvandring. Deltakerne er Jens Stoltenberg (Ap), Kristin Halvorsen (SV), Liv Signe Navarsete (Sp), Lars Sponheim (V), Siv Jensen (FrP), Dagfinn Høybråten (KrF). De sitter klare i stoler når sendingen starter, uten bord foran seg, noe som skaper en uformell stemning. Programlederen står klar ved sitt bord, og presenterer kveldens første tema: *”Fremskrittspartiet og Høyre lovet oss milliarder i skattelettelse hvis de vinner valget. Uansvarlig, påstår de rødgrønne. Skattelettelse er velferdskutt. Men hvorfor det, Jens Stoltenberg? Er det ikke sånn at du bare kunne gitt oljefondet noen færre milliarder å gamble bort på børsen?”* Innledningen er meget kort, og debatten startes umiddelbart. Samtidig som debatten pågår, dukker det opp en grafikkstripe nederst på skjermen som

forteller seerne at de kan sende inn sms eller Twittre sine reaksjoner. Lesernes innsendte bidrag blir så sendt nederst på skjermen gjennom debatten.

Fattigdom er neste tema. Her trekker programlederen inn noen som ser fattigdommen i det daglige, og som dermed underbygger poenget med at regjeringen ikke har greid å utslette fattigdommen. Slike elementer var også med i folkemøtene fra 2005, og er dermed velkjent i TV2s versjon. Videre i debatten vises det ett klipp fra et folkemøte i 2005, hvor Kristin Halvorsen går hardt ut mot Bondevik og mener det er hans politiske prioriteringer som gjør at han ikke får fjernet fattigdommen. Dette blir et omstridt punkt i debatten, ettersom Halvorsen ikke vil unnskyldte dette utsagnet. Halvveis i debatten, tas det en reklamepause. Etter reklamepausen diskuteres fattigdom en liten stund til, før man går over til å diskutere asylsøkere. Det blir brukt mindre tid på dette temaet enn de to foregående. Etter folkemøtet har vart i omtrent 50 minutter, inkludert reklamepause, avsluttes sendingen.

TV2s andre folkemøte blir også sendt fra studioet på Karl Johan, og handler om kriminalitet. Introduksjonen til denne debatten er noe annerledes enn ved forrige. En stemme introduserer over høytaleranlegget at det er kriminalitet som er temaet for debatten, og at deltakerne denne gangen er André Oktay Dahl (H), Knut Storberget (AP), Per Sandberg (FrP), og Akthar Chaudhry (SV), som sitter klare på stoler, uten bord. Videre presenterer stemmen programlederen, som så kommer inn. Han innleder debatten ved å hevde at utenlandske forbryterbander herjer landet, og de fleste slipper unna. Dette er naturligvis et alvorlig tema, og humoren som har vært et virkemiddel i andre debatter, er fullstendig borte her.

Også her benytter TV2 seg av individeksempler, men i større grad enn tidligere. Først møter vi en gjest som har hatt innbrudd i huset sitt to ganger på to år. Etter at programlederen har brukt noe tid på dette, går han videre til en kvinnelig gjest som også har hatt innbrudd. I begge disse tilfellene var det mistenkt at det var utenlandske bander som hadde begått innbruddene. Programlederen presenterer så tall fra Asker og Bærum politidistrikt, som viser at 47 av 48 slike saker blir henlagt. Han følger opp med: *"Dette holder ikke, Storberget?"* Etter reklamepausen møter vi en 91 år gammel kvinne som ble slått ned og ranet i sitt eget hjem. Det blir brukt god tid på denne saken, og programlederen intervjuer også kvinnens sønn. Ettersom dette eksempelet får mye oppmerksomhet, tar dette opp en god del av sendingen. I løpet av debatten trekkes også andre individeksempler inn. Dette resulterer i at i løpet av en

50 minutters debatt, inkludert reklamepause, blir store deler av tiden brukt på eksempler som forsterker aktualiteten til temaet. Imidlertid tar dette vekk mye av fokuset fra selve debatten, og korter ned tiden for politikernes diskusjon.

Når det kommer til selve debatten, er denne stort sett preget av diskusjoner mellom Storberget og Sandberg. I tillegg er Sandberg i angrepsposisjon, mens Storberget på sin side forsøker å forsvare regjeringens politikk. Underveis blir det også en del diskusjoner mellom deltakerne, hvor de snakker i munnen på hverandre. Debatten avsluttes etter ca 50 minutter, uten noen form for oppsummering av programmet.

### **3.3.3 Oppsummering**

Dersom man sammenligner NRKs folkemøter i 2009 med sendingene fra 2005, er det tydelig at NRK har tonet ned underholdningselementet betraktelig. I folkemøtet fra 2009 sendte de en 75 minutters partilederdebutt, uten underholdningsinnslag. Det hersker liten tvil om at målet med debatten var å gi svar til de seerne som ikke hadde bestemt seg for hva de skulle stemme på. Det ble stilt klare spørsmål til politikerne, og debatten foregikk systematisk og tematisk. Politikerne stilte fortsatt spørsmål til hverandre og diskuterte seg i mellom, men debatten spant aldri ut av kontroll.

TV2s folkemøter ble sendt to ganger. Formatet var stort sett det samme som i 2005, med det unntaket at sendingene i 2009 var lagt til studioet på Karl Johan. Bruken av individeksempler var et viktig virkemiddel også denne gangen. Det var likevel noe annerledes ved disse eksemplene i år, sammenliknet med 2005. Blant annet ble det ikke stilt spørsmål til hver politiske blokk. Seerne fikk dermed ikke et klart inntrykk av hvilke partier som ble anklaget for problemene.

## **3.4 2013 – NRK står igjen alene**

Under fjernsynsvalgkampen i 2013, var det kun NRK som valgte å sende folkemøter. Til sammen ble det sendt tre programmer, hvor det første ble sendt som en åpningsdebatt som signaliserte starten på valgkampen i NRK. Folkemøtet fant sted i Ålesund, og skulle gå gjennom flere temaer for å gi velgerne svar på de ulike partienes politikk. Deltakerne er: Jens Stoltenberg (AP), Erna Solberg (H), Siv Jensen (FrP), Trine Skei Grande (V), Knut Arild

Hareide (KrF), Audun Lysbakken (SV) og Liv Signe Navarsete (SP). Politikerne er plassert bak hver sin talerstol. Debatten starter med at samtlige partiledere får holde en kort innledende appell om hva dette valget står om. Etter dette sier programlederen at fjernsynsdebatter ikke lenger kun skjer på TV, men også foregår på nettet. Seerne blir invitert til å komme med kommentarer og spørsmål via Twitter og Facebook, uten at dette tas opp igjen senere i debatten.

Under den første delen av programmet er temaet økonomi, med spesielt fokus på formueskatten. Programlederne presenterer en undersøkelse hvor flere professorer hevder at formueskatten ikke er så skadelig for norske bedrifter som Høyre skal ha det til. Disse undersøkelsene ble gjort av NHO og Handelshøyskolen, i tillegg til at NRK har gjort en undersøkelse blant firmaer som hevder at det ikke er formueskatten de tynges mest av. Slike påstander gjør det naturligvis vanskeligere for Høyre å forsvare sitt syn i saken. Senere i sendingen avholdes det i tillegg en statsministerduell. Her er det kun Stoltenberg og Solberg som møtes. Etter duellen er partilederne igjen med, men denne gangen er de delt inn i blokker. På venstre side står den rødgrønne regjeringen, mens på den høyre siden står de borgerlige partiene. Selve sendingen inneholdt altså flere elementer enn kun én langvarig debatt.

NRKs andre folkemøte sendes fra Tromsø og handler om helsepolitikk. Deltakerne er Jonas Gahr Støre (AP), Bent Høie (H), Siv Jensen (FrP), Trine Skei Grande (V) og Liv Signe Navarsete (SP). Formatet for folkemøtet er det samme som under åpningsdebatten; debatten starter med politikerne i et panel, før det etter en halvtimes tid er klart for duell. Denne gangen møtes Støre og Høie. Dette forklares med at førstnevnte er helseminister, men sistnevnte er favoritt til å ta over jobben. Etter duellen er det på ny tid for debatt, og politikerne deles inn etter blokker, med partier fra den rødgrønne regjeringen på venstre side og de borgerlige partiene på høyre side.

I dette årets folkemøter har NRK valgt å ta med innlegg fra publikum. Programlederen starter sendingen med å snakke med en ung legestudent som gleder seg til å jobbe, men som gruer seg til og måtte jobbe i et system hvor pasientene må vike for papirarbeid. Deretter møter vi Eilev som måtte ta opp lån for å operere nakken, slik at han kunne komme seg tilbake i jobb så fort som mulig. Han stod i kø og hadde fått beskjed av NAV at han hadde god tid på å gå



sykemeldt, selv om han ville unngå dette. Senere i debatten møter vi også eieren av en privat helseklinikk, som har bakgrunn som politiker i FrP. Hun hevder at private klinikker kan ta unna store deler av helsekøen, men at den nåværende regjeringen ikke tillater dette. I tillegg til dette er lederen for Legeforeningen også med. Hun er mot Høyres helsemodell. Til slutt snakker programlederen også med en professor som mener at helsekøene eksisterer fordi man overbehandler. Han hevder altså at køene vil bli mindre dersom leger slutter å henvise videre og behandle, uten grunn. Det er tydelig at innspill fra salen er viktig under dette folkemøtet. Innspillene underbygger gjerne politikken til de ulike partiene, og støtter dermed begge de politiske alternativene.

Det tredje, og siste folkemøtet under denne fjernsynsvalgkampen sendes fra Handelshøyskolen i Bergen, hvor temaet er økonomi. Vinklingen av temaet for debatten, er ”Hvem er best til å styre norsk økonomi?” Programlederen innleder debatten slik: *”Får Jens Stoltenberg svar i kveld på hvor mye oljepenger de blå vil bruke, eller spør han bare for å være vrang? Vil Erna Solberg klare å overbevise i kveld om at de blå ikke vil sette norsk økonomi i, over styr, selv om hun samarbeider med FrP?”* Deltakerne er Jens Stoltenberg (AP), Erna Solberg (H), Ketil Solvik-Olsen (FrP), Audun Lysbakken (SV) og Knut Arild Hareide (KrF). Før økonomidebatten setter i gang, er det en kort debattrunde om Syria. Det blir fort tydelig at alle partiene er enige om tiltak, og økonomidebatten settes derfor raskt i gang. Resten av sendingen har også samme format som tidligere: partiene deles inn blokkvis etter Syriadebatten, og etter cirka 50 minutter er det klart for duell, hvor Stoltenberg og Solberg møtes.

Også i løpet av dette folkemøtet snakker programlederen med folk i salen. Når det er snakk om gründervirksomhet i Norge, intervjuer han både en gründer, samt lederen av et gründerforum. En industrigründer og en professor, som begge er mot formueskatt på arbeidende kapital, får også uttale seg i debatten. Det var derimot ingen forsvarere i salen av verken formueskatt eller gründervirksomheten i Norge. Videre inkorporerer NRK også et underholdningsinnslag; jentekoret ved Handelshøyskolen som fremfører en sang om arbeidsinnvandring. Dette blir gjort som en overgang til diskusjonen om dette temaet. Jentekoret avslutter også folkemøtet. I motsetning til innleggene fra salen, var disse underholdningsinnslagene korte og tok derfor opp lite tid i sendingen.

### **3.4.1 Oppsummering**

I 2013 fikk politikerne i større grad tid til å utdype sine argumenter og måtte ikke kjempe om å få ordet. En interessant observasjon, er også at folkemøtet bar lite preg av underholdning. I tillegg var det publikum til stede under debatten, men deres rolle var liten. Det var tydelig at underholdningsaspektet var dempet, som en sterk motsetning til tidligere år, noe som bidro til å øke seriøsiteten og informasjonsverdien til folkemøtet. Et nytt element ved folkemøtene i 2013, var at NRK brukte mye tid på innlegg fra salen.

## **3.5 Folkemøtene – underholdende eller opplysende?**

Som den empiriske gjennomgangen overfor viser, har folkemøtene vært i en kontinuerlig utvikling fra 2001 til 2013. I denne diskusjonen vil jeg se nærmere på denne utviklingen, med utgangspunkt i problemstillingen for dette kapittelet. Elementene jeg redegjorde for innledningsvis vil være viktige poeng i denne analysen. Det første elementet var knyttet til folkemøtets format, publikums rolle og graden av underholdning eller saklighet. Det andre elementet var knyttet til hvilke temaer som diskuteres, hvilke partier som får delta i debattene, og hvorvidt deltakelsen stemmer overens med det området hvor partiet har sakseierskap.

### **3.5.1 Folkemøtets format**

Når det gjelder folkemøtenes format, er de fleste kjennetegnene nevnt i oppsummeringene etter hvert valgår. Det er imidlertid et par fremtredende elementer som er viktig å belyse ytterligere. Et av disse er at NRKs folkemøter i 2005 er de som skiller seg mest ut. Dette er spesielt på grunn av fokuset på underholdning. I tillegg til dette var også debattene preget av oppstykking og lite ordstyring. Dette kan være problematisk ettersom det blir vanskeligere for seerne å følge med, samtidig som det ødelegger flyten i debatten. En slik oppstykking gjelder for flere valgår, og er ikke nødvendigvis knyttet opp mot underholdningsgraden til programmet. Vi så samme tendenser ved TV2s folkemøter i både 2005 og 2009, samt ved NRKs folkemøter i 2013. Underholdningspreget var imidlertid ikke like sterkt, så dette var et særegent trekk ved NRKs folkemøter i 2005.

Det er også interessant å se på folkemøtenes format i forbindelse med medievidningsteknikkene Hernes (1977:7) mente kjennetegnet informasjonen som ble lagt frem i fjernsynet. Selv om alle de fem teknikkene Hernes nevner kan sies å passe

folkemøtene, er det spesielt de tre første som er særdeles synlige etter den empiriske gjennomgangen ovenfor. *Tilspissing* gjør at politikerne må formulere seg kort og konsist, gjerne med spissformuleringer. *Forenkling* bidrar til at detaljer i tas vekk, og man ser saken i en større sammenheng. *Polarisering* viser til hvordan dueller og motsetninger brukes for å holde på seernes oppmerksomhet. Som vi har sett, er dette elementer som stemmer overens med hvordan rammene for folkemøtene er lagt opp.

Tilspissing har vært et tydelig virkemiddel ved samtlige folkemøter med tanke på at politikerne må sørge for at deres argumenter kommer klart frem. Dette var spesielt fremtredende i 2001, men man kan også se dette elementet i de tre kommende valgårene, om enn ikke like tydelig. Forenkling er et spesielt viktig virkemiddel, hovedsakelig på grunn av formidlingen til seerne. Ved å fjerne detaljer, får seerne enklere en forståelse av hva saken dreier seg om. Riktignok bidrar dette til å fjerne viktige aspekter ved saken. Politiske prosesser er kanskje ikke det mest spennende debatttemaet, men det kan være nødvendig for å forstå hvordan saker egentlig henger sammen. Men, ettersom dette ikke skaper god underholdning eller godt fjernsyn, har fjernsynskanalene fjernet dette elementet fra sine debatter. Dermed må politikerne snakke på et mer overordnet nivå, uten at man alltid klarer å fange opp sakens kjerne. Polarisering er også en teknikk som er meget tydelig i samtlige folkemøter. Spesielt gjelder dette ved de to siste valgårene. En slik teknikk ser man ofte hos politikerne, men i 2009 og 2013 benyttet også NRK seg av denne teknikken ved å plassere partiene i to blokker. Det var tydelig at rammene for debatten var lagt opp til at det var regjeringspartiene mot opposisjonen, noe som økte polariseringen.

Polarisering kommer også til syne i konkurransen mellom fjernsynskanalene. Faktisk er dette en tendens man ser ved valgsendinger generelt; nemlig at TV2 er først ute med regler eller endringer i forbindelse med partienes deltakelse, og NRK følger etter. Av de to fjernsynskanalene, var det TV2 som var først ute med å bestemme hvilke partier, og ikke minst hvilke politikere, som skulle få delta i valgprogrammene. I 1999 fulgte NRK etter med å bestemme hvilke partier som skulle få delta, og i 2001 fulgte de etter med å bestemme hvilke politikere som skulle få delta (Allern 2011:252–253). Dette signaliserte et viktig maktskifte. Det var fjernsynskanalene som skulle legge føringene for deltakelsen. Som man har sett i løpet av de siste fire stortingsvalgkampene, har folkemøtene dratt nytte av dette. De som inkluderes i debattene kan sies å være de som skaper best fjernsyn, og ikke minst flest

diskusjoner mellom partiene. Dette er spesielt basert på tematikken til folkemøtene, noe som vil være tema for den videre diskusjonen.

### 3.5.2 Hvem får delta?

En interessant faktor i denne diskusjonen er også hvilke politiske partier som fikk delta under folkemøtene, og hvilke temaer de får være med å diskutere. Om man ser på Tabell 3.1, er det tydelig at det er forskjeller mellom partiene og hvor mange folkemøter de får delta på. Det er også forskjeller på hvilke temaer partiene får diskutere. Under vil det derfor følge en diskusjon av hvem som har fått delta i folkemøtene, hvilke temaer som har blitt diskutert, samt hvilke konsekvenser dette kan sies og ha for partiene. Samtidig vil jeg undersøke hvorvidt temaene på folkemøtene har samsvart med de temaene velgerne har ansett som viktigst under valgkampen. Et av kjennetegnene til folkemøtene har vært at temaene for sendingene blir bestemt på bakgrunn av de sakene som synes å prege valgkampen. Dermed vil det være hensiktsmessig å se om dette faktisk er tilfelle.

*Tabell 3.1 – Temaene for folkemøtene satt opp mot hvilke temaer velgerne anser som viktig*

| Temaer                           | 2001   |        | 2005   |        | 2009   |        | 2013   |        |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                  | Ant.** | Pro.** | Ant.** | Pro.** | Ant.** | Pro.** | Ant.** | Pro.** |
| <b>Regjeringsspørsmål</b>        | 1      | -      | 1,34*  | -      | 0,34*  | -      | 0      | -      |
| <b>Helse</b>                     | 0      | .22    | 0      | .15    | 0      | .19    | 1,5*   | -      |
| <b>Økonomi***</b>                | 1      | .34    | 2      | .17    | 1*     | .15    | 1,5*   | -      |
| <b>Kriminalitet</b>              | 1      | -      | 0      | -      | 1      | -      | 0      | -      |
| <b>Skole</b>                     | 1      | .34    | 2      | .32    | 0      | .29    | 0      | -      |
| <b>Industri</b>                  | 0      | -      | 1      | -      | 0      | -      | 0      | -      |
| <b>Miljø</b>                     | 0      | .08    | 0      | .08    | 0,33*  | .20    | 0      | -      |
| <b>Eldreomsorg</b>               | 0      | .16    | 0      | .23    | 0      | .17    | 0      | -      |
| <b>Distriktpolitikk</b>          | 0      | .07    | 0,33*  | .09    | 0      | .05    | 0      | -      |
| <b>Barne- og familiepolitikk</b> | 0      | .14    | 0,33*  | .13    | 0      | .06    | 0      | -      |
| <b>Innvandring</b>               | 0      | .04    | 0      | .06    | 0,33*  | .16    | 0      | -      |

\*) Inkludert sakseierskapstemaer som ble diskutert i folkemøtene som ikke hadde ett overordnet tema.

\*\*) Ant. står for "antall folkemøter", Pro. står for "prosentandel av velgerne" (basert på Valgundersøkelsene).

\*\*\*) I Valgundersøkelsene heter kategorien "Skatter og avgifter".

Som man kan se i Tabell 3.1, var det regjeringsspørsmålet, skolepolitikk, kriminalpolitikk og oljepenger som var temaene i de ulike folkemøtene i 2001. Til en viss grad stemmer disse sakene overens med velgernes dagsorden. Valgundersøkelsen for stortingsvalget i 2001 (Aardal 2003:16) viser at sakene på velgernes dagsorden var henholdsvis skatter og avgifter (34%), skolepolitikk (34%), helse (22%) og eldreomsorg (16%). At regjeringsspørsmålet ikke er høyt på dagsorden hos velgerne, kan imidlertid forklares av at velgerne ikke anser dette som en politisk sak i Valgundersøkelsen. I 2005 var det regjeringsspørsmålet, finanspolitikk, skolepolitikk, industripolitikk og et folkemøte med diverse saker som var temaene. Valgundersøkelsen for 2005 (Karlsen og Aardal 2007:116) viser at skolepolitikk (32%), eldreomsorg (23%), skatter og avgifter (17%), og helse (15%) var de viktigste sakene for velgerne. Finansdebattene gikk inn på temaet om skatter og avgifter, mens det ble avholdt egne debatter om skolepolitikk. I 2009 ble det sendt to folkemøter som omhandlet diverse temaer, samt et folkemøte om kriminalpolitikk. Valgundersøkelsen (Karlsen og Aardal 2011:134) viser imidlertid at velgernes dagsorden bestod av skolepolitikk (29%), miljø (20%), helse (19%) og eldreomsorg (17%)<sup>5</sup>. Ingen av disse temaene var overordnet for et folkemøte. Det er imidlertid viktig å påpeke at Lofoten, Vesterålen og Senja var et diskusjonstema i åpningsdebatten hos NRK. Dermed ble det diskutert et konkret miljøspørsmål. Likevel er det verdt å bemerke at dette er et tema som burde vært et overordnet tema for et folkemøte, dersom fjernsynskanalerne hadde tatt hensyn til velgernes preferanser. Med tanke på at det har vært sendt 17 folkemøter foran de siste fire stortingsvalgene, har det vært overraskende få overordnede temaer. Det er dermed tydelig at velgernes dagsorden er mer sammensatt enn fjernsynets dagsorden.

Videre viser tabellen at det finnes flere saker som ikke har vært tema for et folkemøte, hvor enkelte partier har sakseierskap. Sakseierskap kan forandre seg fra et valgår til neste, noe som innebærer at partiene er avhengige av å få diskutere disse sakene for å forsøke å sikre seg eierskap. I 2001 mente velgerne at (i) Høyre hadde sakseierskap når det kom til skatter og avgifter, (ii) SV og H delte sakseierskap på skolepolitikk, (iii) AP hadde sakseierskap på helse, (iv) FrP hadde sakseierskap på eldreomsorg og innvandring, (v) KrF hadde sakseierskap på barne- og familiepolitikk, (vi) SV hadde sakseierskap på miljøsaken, og (vii) SP hadde sakseierskap på distriktpolitikk (Aardal 2003:22). Av disse sakene var det kun *to* som ble tema for et folkemøte. I 2005 hadde det skjedd noen forandringer. (i) AP var nå det

---

<sup>5</sup> Valgundersøkelsen for 2013 er ennå ikke offentliggjort.

partiet som hadde fått sakseierskap på skolepolitikk, eldreomsorg, skatt, helse, samt barne- og familiepolitikk. Dette var også de fem sakene som var viktigst for velgerne i dette valget. (ii) SP hadde fortsatt sakseierskap i distriktspolitikk, (iii) SV hadde fortsatt sakseierskap i miljøsaken, og (iv) FrP beholdt sakseierskapet i innvandringspolitikken (Karlsen og Aardal 2007:121–123). Riktignok var det kun to av disse sakene som ble diskutert ved dette årets folkemøter, og hvert tema ble i tillegg diskutert ved to anledninger. Skolepolitikk og økonomi var altså tema for fire folkemøter. I 2009 var det igjen mer variert, noe som innebar at Arbeiderpartiet mistet sakseierskap i en rekke saker. (i) For første gang delte SV og V eierskap i miljøsaken, (ii) KrF vant tilbake sitt sakseierskap i barne- og familiepolitikken, (iii) Høyre vant tilbake sakseierskap på skatter- og avgifter, (iv) SP beholdt sitt sakseierskap i distriktspolitikken, mens (v) FrP beholdt sitt sakseierskap i innvandringspolitikken (Karlsen og Aardal 2011:136). Det innebærer altså at i de andre sakene var velgerne spredt, og det var ingen partier med et klart sakseierskap.

Basert på Tabell 3.1 er det viktig å påpeke at det er fem politikkområder som aldri har vært tema for et folkemøte. Dette er også saksområder hvor enkelte partier har hatt et kontinuerlig sakseierskap. Dette gjelder for eksempel for FrP med innvandringspolitikk og SP med distriktspolitikk. Dette fører til at politikerne må vri temaene til sin fordel. Et eksempel her er når Liv Signe Navarsete (SP) snakker om viktigheten av lokalsykehus i helsedebatten (2013), eller når Per Sandberg (FrP) snakker om innvandring som et problem i kriminaldebatten (2009). Når deres saker ikke er på medienes dagsorden, må ikke partiene bare nå ut til nye velgere, men de må også minne gamle velgere på at de har en god løsning på dette politikkområdet. Dermed må de bruke sine taleminutter til å koble temaet opp mot sitt sakseierskapsområde. Dette er for å sørge for at velgerne fortsatt assosierer partiene med politikkområder hvor de kan vinne tillit. Men, for å kunne nå ut til velgerne må partiene også delta i folkemøtene.

Tabell 3.2 – Partienes deltagelse i folkemøtene 2001-2013\*

|                             | AP        | H         | SV        | FrP         | KrF       | SP         | V        | RV/R     |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|------------|----------|----------|
| <b>Regjeringsspørsmålet</b> | 2         | 2         | 2         | 2           | 2         | 2          | 0        | 0        |
| <b>Helse</b>                | 1         | 1         | 0         | 1           | 0         | 1          | 1        | 0        |
| <b>Økonomi</b>              | 4         | 4         | 4         | 4           | 2         | 2          | 2        | 0        |
| <b>Kriminalitet</b>         | 2         | 2         | 1         | 2           | 1         | 0          | 1        | 0        |
| <b>Skole</b>                | 3         | 3         | 3         | 1.5**       | 3         | 1.5**      | 0        | 1        |
| <b>Industri</b>             | 1         | 1         | 1         | 0           | 0         | 1          | 1        | 0        |
| <b>Diverse***</b>           | 4         | 4         | 4         | 4           | 4         | 2          | 3        | 0        |
| <b>Sum</b>                  | <b>17</b> | <b>17</b> | <b>15</b> | <b>14.5</b> | <b>12</b> | <b>9.5</b> | <b>8</b> | <b>1</b> |

\*) Dueller er ikke medregnet.

\*\*) I 2005 var FrPs og SPs representanter med i en halv debatt.

\*\*\*) Undertemaene fra forrige tabell er lagt sammen i en "diverse"-kategori i denne tabellen.

Som man kan se i Tabell 3.2, er det store forskjeller i deltakelsesmønsteret til de ulike partiene. Arbeiderpartiet og Høyre er de eneste partiene som har deltatt i samtlige folkemøter. Historisk sett kan nok dette forankres i det faktum at Høyre og AP som regel er regjeringskandidater fra hver sin blokk i norsk politikk. Samtidig gjør dette at de manifesterer seg som partiene med størst bredde i norsk politikk. Selv om dette ikke nødvendigvis er tilfelle, kan det være slik seerne oppfatter situasjonen. Når Høyre og AP er med i hver eneste debatt, gir dette et inntrykk av at de har en politisk agenda som er flerdimensjonal. Dette gjør at disse to partiene vil ha større sannsynlighet for å oppnå sakseierskap til flere temaer, sammenliknet med de mindre partiene. Selv om Høyre tradisjonelt forbindes med eierskap til økonomisk politikk, og Arbeiderpartiet forbindes med velferdspolitik, vinner begge partiene også frem på andre politiske områder. Siden dette er to av Norges største partier, har de et større apparat med flere heltidspolitikere, og dermed flere som kan være politiske talsmenn for ulike politikkområder. Seerne vil da få se ulike politikere under debatten, noe som kan bidra til at de får et inntrykk av at partiet har større bredde i sin politikk. Dette vil da være en motsetning til de mindre partiene, som ofte må stille med partilederen uansett tema. Siden Arbeiderpartiet og Høyre får delta i alle debatter, innebærer det også at deres potensiale for å opparbeide seg sakseierskap og diskutere politikk hvor de har høy troverdighet, er stor. Folkemøtene har derimot vist at dette ikke er like lett for de mindre partiene.

I tabell 3.2 ser vi at det er Rød Valgallianse/Rødt som har fått delta i færrest debatter. Til tross for at partiet har fått delta i en god del ulike valgsendinger i samtlige valgår, får de likevel meget sjeldent delta i folkemøtene. Som tidligere nevnt er det fjernsynskanalene selv som bestemmer hvem som får delta, og både NRK og TV2 følger en hovedregel om at partiene som er representert på Stortinget skal få delta i folkemøtene. Fjernsynskanalene bestemmer også hvilke politikere fra de ulike partiene som skal få delta i de ulike folkemøtene. Dette fører ofte til at ikke alle partier får en representant i hver sending, noe som spesielt har gått utover RV. Til gjengjeld har partiet heller ikke vært representert på Stortinget i løpet av de siste fire periodene. Spørsmålet er hvorvidt partiet ville fått større oppslutning dersom de hadde fått mer debattid. Dette er riktignok spekulasjoner. Ettersom de ikke har vært representert på Stortinget, er det lite som skulle tilsi at de burde fått plass i flere debatter.

Venstre har på sin side lidd under fjernsynskanalenes utvelgelsesprosess til tross for at partiet er representert på Stortinget. Som vi ser, har partiet kun fått delta 8 av 17 ganger. Et interessant poeng her, er at de ikke fikk delta på noen av møtene om regjeringsspørsmålet, men til gjengjeld i tre av de fire folkemøtene som gikk gjennom flere temaer. I de sistnevnte debattene diskuteres som regel også regjeringsspørsmålet. I de fire siste stortingsvalgene har Venstre vært en kandidat til en eventuell koalisjonsregjering. At de likevel deltok i så få av debattene som omhandlet dette temaet, er et tankekors. Videre har partiet hatt et sterkt fokus på å profilere seg som et miljøparti. Miljøsakene har imidlertid aldri vært tema for et folkemøte. Dermed har partiet i stor grad falt utenfor flere av folkemøtene. Dette kan ha den konsekvens at velgerne verken ser på Venstre som et parti som er i overensstemmelse med deres hjertesaker, eller et parti med politisk bredde. Dersom Venstre hadde fått muligheten til å delta i, for eksempel, en skoledebatt er det mulig at dette hadde endret seg.

Senterpartiet er det partiet som har nest færrest deltakelser. Partiet faller ofte mellom temaene for folkemøtene, ettersom deres sakseierskap baserer seg spesielt på EU-saken og distriktpolitikk. Senterpartiet har også vært regjeringskandidat ved de siste fire stortingsvalgene, men har likevel blitt ekskludert fra flere av folkemøtene der regjeringsspørsmålet har blitt diskutert. Når det gjelder helse, er Senterpartiet et av de partiene som kjemper for lokalsykehus. I helsedebatten var det likevel slik at partiets leder, Liv Signe Navarsete, ikke greide å utmerke seg. Ettersom disse små partiene har få sjanser til å synliggjøre seg, er det viktig at dette skjer når de har muligheten. Dette viser hvor viktig det



er for partier å delta, men også hvor viktig det er at politikerne klarer å tilpasse seg formatet for debatten. Det må imidlertid påpekes at Senterpartiet også gjorde flere gode debatter. Men når disse debattene omhandler temaer Senterpartiet ikke har sakseierskap i, vil ikke seerne legge merke til partiet i like stor grad. Spesielt gjelder dette dersom andre partier lykkes bedre med å profilere seg under folkemøtet.

Kristelig Folkeparti ligger midt på treet med sin deltakelse. Ved første øyekast er det interessant å se at partiet har deltatt i samtlige folkemøter hvor regjeringsspørsmålet var et tema, samt alle folkemøtene der dette har vært del av temaet. Dette kan i stor grad forklares av Kjell Magne Bondeviks posisjon. Han var en populær statsministerkandidat ved stortingsvalgene i 2001 og 2005. Et mønster man kan se i tabell 3.2 er KrFs deltakelse sammenlignet med Venstre. I flere debatter kan det se ut til at det ene partiet får delta, mens den andre blir ekskludert. Siden disse to partiene som regel står sammen som et regjeringalternativ i valgkampene, kan det være at fjernsynskanalene ikke ser hensikten med å inkludere begge partiene samtidig. Dette blir spesielt tydelig når det gjelder spesifikke temaer hvor det ene partiet har fått delta en eller flere ganger, mens det andre har blitt ekskludert. Selv om det er positivt for velgerne at partier som skal inn i regjering står sammen under valgkampen, kan det se ut til å ramme disse to sentrumpartiene når det kommer til deltakelse i folkemøtene. Ettersom KrF i tillegg har stilt med statsministerkandidaten, kan det se ut til at de har blitt favorisert over Venstre. Likevel har temaene som har vært overordnet for folkemøtene heller ikke vært områder hvor KrF har hatt sakseierskap. Til gjengjeld har fattigdom blitt diskutert som et undertema i flere folkemøter, hvor KrF har fått dratt inn deler av sin politikk, spesielt med fokus på barne- og familiepolitikk. Men at KrF ikke fikk delta under, for eksempel, helsedebatten i 2013 kan ha påvirket synligheten til partiet. Ettersom helse var et av de store temaene under dette årets valgkamp, kan denne ekskluderingen ha påvirket seernes syn på partiet og dets politikk.

Fremskrittspartiet har vært et parti i utvikling, og i takt med økt valgoppslutning fikk de delta på flere folkemøter. Spesielt gjaldt dette i forkant av de to siste stortingsvalgene. Ut av tabellen, er det tydelig at FrP er et av partiene som har vært heldig med tematikken til folkemøtene. Blant annet helse- og kriminalpolitikk er saker der FrP har høy troverdighet. Når de har fått delta i samtlige folkemøter med temaer som passer deres politikk, har dette bidratt til at de har fått synliggjort sitt parti. At de i tillegg fikk diskutert innvandring i

kriminaldebattene de deltok i, har gjort at de også fikk inkorporert det saksområdet hvor de har høyest tillit blant sine velgere. Som man også kan se ut i fra tabellen, har ikke FrP deltatt i særlig grad i skoledebattene. Dette kan skyldes at partiet ikke er spesielt kjent som et ”skoleparti”. Dette kan også ha ført til at FrP styrket sin posisjon på de saksområdene hvor de allerede har tillit, men ikke nødvendigvis der de kunne vunnet bredere oppslutning.

Et annet interessant funn, er SVs deltakelse i folkemøtene. SV har hatt noe varierende resultater i de ulike stortingsvalgene. Likevel har partiet fått delta i nesten samtlige folkemøter. Dette kan i stor grad forklares av Kristin Halvorsens posisjon, ettersom hun har vært en favoritt til å delta i debatter i mange år (Allern 2011:285). Skolepolitikken er derimot et område hvor SV jamt over har hatt sakseierskap. At de da har fått delta i samtlige skoledebatter, bidrar til at de styrker denne posisjonen. I tillegg er SV det partiet som ligger lengst til venstre på Stortinget. Å ha partiet med i en debatt kan skape gode diskusjoner for å få frem forskjellen mellom de politiske posisjonene til partiene. At de også har fått muligheten til å bidra i mange debatter, kan føre til at de har fått synliggjort seg i større grad overfor velgerne. Et eksempel på hvor viktig denne synliggjøringen er, er valgresultatet i 2001 hvor SV ble utropt som vinneren, med sin oppslutning på 12,5 prosent (SV.no). Mye av grunnen til dette var på grunn av det gode inntrykket Kristin Halvorsen skapte i mediene, i tillegg til at skolepolitikk var høyt på dagsorden (Valen og Narud 2004:79).

Flere av folkemøtene har også inneholdt dueller. Det innebærer at det har vært temaer i debatten som flere partier ikke har fått diskutert. I 2005 var dueller inkorporert i folkemøtene, og duellantene ble invitert på bakgrunn av en bestemt sak eller en politikers uttalelse i media. Dermed kan det argumenteres for at det ikke ville vært hensiktsmessig å diskutere disse sakene i plenum. Derimot var ikke dette tilfellet i 2013, da Høyre og Arbeiderpartiet ble satt sammen for å duellere ved samtlige folkemøter. Alle de andre deltakerne ble da ekskludert, selv om temaet for duellen var den samme som for folkemøtet. Videre ble duellene også forkledd som ”statsministerduell” eller ”ministerduell”. Dette gjorde at de andre partiene mistet flere minutter av sendingen som kunne vært brukt til å profilere seg selv. De mindre partiene ble bevisst satt i skyggen av de to store partiene.

### 3.5.3 Fører folkemøtene til opplyst forståelse?

Hensikten med dette kapittelet var å undersøke om folkemøtene har bidratt til opplyst forståelse hos velgerne. Basert på den empiriske gjennomgangen og diskusjonen, er det tydelig at folkemøtene fortsatt har et forbedringspotensial når det kommer til opplyst forståelse. Spesielt gjelder dette oppstyking av debatten, ekskludering av partier, og valg av tema for sendingene. Likevel har utviklingen vist at fjernsynskanalerne går mot en mer saksorientert debatt, preget av mindre underholdning enn før. Dette er positivt, og viser at folkemøtene fra de siste to stortingsvalgene har en mye større grad av informasjonsflyt ut til seerne enn de tidligere folkemøtene. Det er tydelig at kanalene har et særdeles bevisst valg i forhold til hvilket format de velger for debatten. Den nevnte oppstykingen har spesielt vært preget av fjernsynskanalerne bruk av individer som eksempler. Interessant nok er disse klare eksempler på en annen teori vi var inne på i kapittel én, nemlig *framing*, eller tolkningsrammer. Disse tolkningsrammene blir forsterket av programlederen, som registrerer debatten. Dette er også elementer som påvirker hvilken forståelse seerne får av å se på folkemøtene. Disse to elementene vil derfor være tema for neste kapittel.

## 4 Programlederens rolle

Dette kapittelet tar utgangspunkt i oppgavens andre problemstilling: ”I hvilken grad og på hvilken måte påvirker programlederens rolle gangen i debatten?” For å besvare denne problemstillingen, vil det være hensiktsmessig å studere hvordan programlederen har styrt og regissert folkemøtene. Først og fremst vil det være viktig å gi en empirisk fremstilling av hvordan programlederen har fremstått i de ulike debattene. Altså, hva er programlederens kjennetegn? Basert på denne empiriske fremstillingen, vil også programlederens roller diskuteres. Her er det viktig å påpeke at i løpet av et folkemøte, kan programlederen innta flere roller. Det er også ved å analysere disse rollene man vil kunne se hvordan fjernsynsredaksjonene har planlagt at folkemøtene skal foregå. Dette innebærer at programlederen vil påvirke debattens gang, og dermed hvilken informasjon seerne får tilgang på. I forrige kapittel så vi hvordan folkemøtenes format påvirket informasjonen som gikk ut til seerne. Konklusjonen var at formatet hadde mye å si på hvilken informasjon seerne fikk. Det vi derimot ikke analyserte, var programlederens rolle i debatten. Ettersom programlederen påvirker politikernes talemuligheter, vil han eller hun også påvirke informasjonsmengden seerne får tilgang til. I dette kapittelet vil vi derfor se nærmere på programlederens rolle i forbindelse med informasjonsflyten ut til seerne.

Analysen av programlederen vil i utgangspunktet basere seg på de rollene Kleven (2000) og Allern (2004) har funnet at han eller hun kan innta i løpet av en debatt (jf. kapittel 1). Det er imidlertid slik at disse rollene ble funnet i forbindelse med andre debattprogrammer enn folkemøtene. Derfor vil jeg basere denne analysen på egendefinerte roller, som er bygget på disse to forskernes rolledefinisjoner. Den første rollen jeg vil se etter, er *ordstyreren*. Ettersom folkemøtene er et debattprogram, er det en stor sannsynlighet for at programlederen vil gå inn i denne rollen i løpet av sendingen. *Ordstyreren* går ut på at programlederen leder debatten og sørger for at alle politikere får ordet underveis. I tillegg innebærer den at programlederne gir politikere ordet etter å ha stilt de et spesifikt spørsmål. Den andre rollen, er *kritikeren*. Denne er en kombinasjon av de rollene Allern (2004:145) kaller ”moderator” og ”watchdog”. En programleder vil være en *kritiker* dersom han eller hun har et kritisk blikk på politikernes uttalelser, stiller kritiske spørsmål for å følge opp disse utsagnene, og bruker sine spørsmål til å grave dypere i politikernes meninger. Her vil mye av programlederens hensikt være å få frem fakta og standpunkter. Den tredje rollen, er *underholderen*. Her vil programlederen

appellere til publikum. Videre vil denne rollen kunne forsterke et underholdende format i folkemøtene. Her er det underholdningsjournalistikk som er i sentrum, og hensikten er derfor å underholde seerne heller enn å informere dem. Den siste rollen, er *kamplederen*. Programlederens hensikt vil i denne sammenheng være å sørge for at politikerne følger reglene som er lagt for sendingen. Dette innebærer for eksempel å sørge for at deltakerne svarer kort og konsist når det er planlagt at det skal være en viktig del av formatet. Her er det viktig å påpeke at programlederne er redaksjonens forlengede arm. Den rollen han eller hun inntar gjøres for å underbygge folkemøtets format, og for å sørge for at politikerne spiller etter de reglene redaksjonen har fastsatt på forhånd.

Som nevnt i kapittel én, har mediene et samfunnsoppdrag overfor velgerne. I den forbindelse vil programlederrollen være viktig. Programlederen kan innta flere roller, men alle disse forsterker ikke nødvendigvis informasjonsflyten ut til velgerne. Dersom programlederen tar for mye plass i sendingen, vil dette gå på bekostning av politikernes taletid og forståelse av politikken. Dette vil igjen føre til at seerne ikke får all den informasjonen de kunne fått dersom programlederen hadde inntatt en annen rolle. Av de overnevnte rollene, er det noen som tydelig vil kunne bidra til en god informasjonsflyt ut til seerne. En av disse er *ordstyreren*, som vil bidra til at alle politikerne får sagt sitt. Dette vil igjen føre til at seerne får en bredere forståelse av deltakernes politikk. I denne rollen vil programlederen ikke ta spesielt stor plass i debatten, noe som vil være hensiktsmessig for å vise frem partienes politikk til publikum. Denne rollen vil kunne passe både politikerne og velgerne. Førstnevnte får lik mulighet til å snakke om sin politikk, mens sistnevnte får en bredere forståelse av de ulike partienes politikk. *Kritikeren* kan også bidra til at seerne får god informasjon. Dette beror imidlertid på hvordan programlederen benytter rollen. Dersom han eller hun går inn i rollen som en kritisk journalist hvis hensikt er å finne ut hva partiene *egentlig* mener, vil dette bidra til at publikum får informasjon de muligens ikke ville fått ellers. Om programlederen derimot kun er kritisk for kritikkens skyld, kan dette føre til at de blir nedlatende mot deltakerne, noe som vil skape et negativt inntrykk hos seerne. Hvis rollen ikke overdrives, vil den spesielt kunne gagne publikum ettersom de vil få tilgang til inngående informasjon gjennom debattene. Politikerne vil også kunne dra nytte av denne programlederrollen ved å vise at de kan håndtere vanskelige spørsmål. Konklusjonen i forrige kapittel var at folkemøtene har fått et mer saklig preg de siste to valgårene, spesielt i NRK. Det vil derfor være interessant å se

om det samme gjelder for programlederrollen. Hvilke roller benytter programlederen mest? Og påvirker dette informasjonsflyten ut til velgerne?

Hvordan programlederen regisserer debatten kommer til syne i hvilke roller han eller hun anvender. Dette er likevel ikke den eneste måten å analysere hvordan programlederen påvirker debatten. Tolkningsrammer har mye å si for hvordan debatten arter seg. Tolkningsrammer blir ikke benyttet ved en tilfeldighet, og er derfor en refleksjon av hva redaksjonen og programlederen har avtalt på forhånd. Her er det viktig å minne på at bak tanken om at seerne skal få god informasjon, ligger også presset på å få høye seertall. Dermed blir det viktig for kanalene at tolkningsrammene fjerner en del av kompleksiteten til sakene, slik at seerne lettere skal forstå hva saken dreier seg om. Tolkningsrammer består av et generelt og et konkret perspektiv (Aardal m.fl. 2004:21). Som vi så i kapittel én, består det generelle perspektivet av *episodiske* og *tematiske tolkningsrammer* (se side 8-9). For å få oversikt over hvilke tolkningsrammer programlederne benyttet seg av, vil disse to perspektivene være essensielle. Det konkrete perspektivet knyttes til hvordan mediene problematiserer politiske spørsmål. Dette innebærer for eksempel hvilke aspekter ved saken mediene trekker frem.

Basert på den empiriske fremstillingen i forrige kapittel, vil jeg ta for meg fire konkrete tolkningsrammer som vil bli undersøkt i dette kapittelet. Disse tolkningsrammene er inspirert av tendenser vi så i forrige kapittel, samt programlederrollene vi ser etter i dette kapittelet. Den første er en *kritisk tolkningsramme*, som innebærer spesielt hvor kritisk programlederen er til politikernes politikk og utsagn. Dersom programlederen fokuserer på å stille deltakerne kritiske spørsmål underveis, eller generelt er kritiske til deres argumentasjon, vil dette bli satt inn i denne tolkningsrammen. Tolkningsrammen baserer seg på det teoretiske grunnlaget fra kapittel én, hvor det blir hevdet at mediene har et samfunnsoppdrag overfor velgerne. I tillegg bygger denne tolkningsrammen på en utbredt idé innen teorien om framing, nemlig at tolkningsrammer bygger på en viss dramaturgi. I den forbindelse vil programlederen forsøke å finne ut hvem som har skyld, eller hvorfor ingen tar ansvar (Allern og Pollack 2012:19). Den neste tolkningsrammen er en *konfliktramme*. Denne rammen innebærer hvorvidt programlederen legger opp til konflikter mellom partier eller blokker. Dette innebærer ikke de eventuelle konfliktene partiene legger opp til selv, men hvorvidt programlederen bygger oppunder konflikter og gjør det til en del av debatten. I forrige kapittel så vi at noen av

formatene oppfordret til debatt mellom de politiske blokkene. Denne tolkningsrammen vil derfor belyse om programlederne forsterket dette. Videre er dette en tolkningsramme som er velkjent innen medieforskningen (Allern og Pollack 2012:18). Den tredje tolkningsrammen er en *assosiasjonsramme*<sup>6</sup>, som innebærer hvorvidt programlederen knytter visse saker opp mot en bestemt politiker eller et parti. Denne rammen baserer seg på tendensen vi så i forrige kapittel, nemlig at noen partier blir knyttet opp mot enkelte saker. Den fjerde, og siste, tolkningsrammen går ut på hvorvidt programlederen baserer seg på en *saksramme* versus en *politisk spillramme*. Altså, legger programlederen opp til en debatt med fokus på saklighet, eller en debatt med fokus på spill og underholdning. Denne tolkningsrammen er basert på kritikken folkemøtene har møtt fra politikere og kommentatorer, hvor de hevder at det er et for stort fokus på spill, og at dette går på bekostning av saken (Allern 2011:304–305).

Disse fire tolkningsrammene danner grunnlaget for analysen ettersom de vil kunne fange opp hvordan programlederne regisserer debattene. Videre vil tolkningsrammene også kunne fremme eller hindre informasjonsflyt ut til seerne. Dersom programlederen i stor grad benytter seg av en konfliktramme, vil dette kunne påvirke informasjonstilgangen negativt, siden konflikten vil være hovedfokuset i stedet for saken. Det samme vil være problemet om han eller hun i stor grad fokuserer på en politisk spillramme. Dette vil i så fall gå på bekostning av sakligheten i diskusjonen, og igjen føre til at seerne ikke sitter igjen med all informasjon de har krav på. Begge disse rammene vil altså få negative konsekvenser når det gjelder å gi velgerne opplyst forståelse. Den kritiske tolkningsrammen kan tolkes på samme måte som kritikerrollen. Dette innebærer at et kritisk blikk på partienes politikk vil være positivt, men dersom programlederen blir for kritisk, vil det hindre informasjonstilgangen. En assosiasjonsramme kan være både positivt og negativt. Dersom et parti ikke blir tilknyttet til en sak i rammen, vil de miste synligheten overfor velgerne i denne saken. Som vi så i forrige kapittel, vil det være en negativ konsekvens for partiene dersom seerne sitter igjen med inntrykk kun fra ett eller to partier. Dette vil imidlertid også være negativt for seerne, ettersom de har blitt gitt et visst inntrykk fra programlederens side som ikke nødvendigvis stemmer. Til gjengjeld kan dette være positivt for det partiet som får saken knyttet til seg, siden de vil bli assosiert med dette politikkområdet.

---

<sup>6</sup> Denne rammen vil fange opp assosiasjonseffektene vi var inne på i kapittel 3. Imidlertid vil denne tolkningsrammen basere seg på *programlederens* benyttelse av den, og ikke hvordan *formatet* legger opp til assosiasjonseffektene.

Under vil det følge en empirisk kartlegging av debattlederstilen til programlederne for de ulike valgårene, samt en analyse av programlederrollen, og hvilke tolkningsrammer som er benyttet. Kapitlet vil bli avsluttet med en diskusjon av funnene, samt besvaring av problemstillingen.

## 4.1 2001 – Anne Grosvold og Jon Gelius

Som vi så i forrige kapittel, var folkemøtene i 2001 av en spesiell karakter. Dette er i stor grad på grunn av programlederne Jon Gelius og Anne Grosvold. At det var nettopp disse som skulle avholde folkemøtene, viste en ny retning i NRKs valgkampsendinger. Tidligere hadde det vært medarbeidere fra NRKs politiske nyhetsavdeling som hadde hatt dette ansvaret. Grosvold hadde tidligere vært knyttet til andre debattprogrammer, mens Gelius var hovedsakelig kjent fra Dagsrevyen. Med andre ord, det var ikke politiske journalister med grundig kunnskap på feltet som skulle innta disse rollene. I de senere år har dette blitt mer vanlig, men i 2001 ble dette møtt med skepsis, også fra NRKs egne ansatte (Allern 2004:252).

De kjappe replikkskiftene og humoren i folkemøtene reflekterte programledernes debattlederstil. Et særlig fremtredende karaktertrekk ved programlederne, er den kritiske og sarkastiske tonen som ligger til grunn for de fleste spørsmålene de stiller politikerne, samt i avbrytelsene. Spesielt er Grosvold aktiv i sin bruk av sarkasme mot politikerne. Et eksempel er i debatten om oljepengene, hvor Bondevik hevder at han er enig med Sponheim. Grosvold avbryter resonnementet med å påpeke: *"Å, så jovialt og hyggelig"*. Bondevik fikk også smake denne retorikken i debatten om regjeringsalternativene, da han forsøker å snakke om kontantstøtten: *"Å, er dere nødt til å ta den kontantstøtten enda en gang? Vi må få slippe det."* Slike bemerkninger er gjennomgående for samtlige av folkemøtene i 2001.

I denne sammenheng er også spørsmålene programlederne stiller av interesse. Spørsmålene er gjerne direkte og krasse, hvor formålet sannsynligvis er at politikerne ikke skal kunne vri seg unna. Imidlertid har dette en motsatt effekt, og bidrar heller til å hindre flyt i debatten (jf. kapittel 3). Av de to programlederne er det Gelius som stiller de ledende spørsmålene, hvor han legger føringer som påvirker hvordan politikerne kan svare. Et eksempel er i skoledebatten, hvor Gelius spør Inge Lønning (H): *"Er dere villige til, i Høyre, å sette av*



*øremerkede milliarder for å ruste opp skolebygningene, eller er dere ikke?"* Det er tydelig at programlederen stiller et spørsmål hvor Lønning ikke får mulighet til å gå rundt grøten.

Et annet fremtredende trekk ved programlederne, er avbrytelsene. Både Grosvold og Gelius avbryter politikerne til stadighet, noe som ofte er forankret i det faktum at politikerne ikke svarer fort nok på spørsmålet. I flere debatter er det også tydelig at programlederne er ute etter veldig korte og presise svar. Dette gjelder spesielt når det er snakk om et bestemt beløp i forbindelse med, for eksempel, skattelette. Når Jens Stoltenberg ikke er villig til å gi et bestemt beløp for bunnfradraget, avbryter Grosvold: *"[...]Du kan altså fortelle de rikeste hvor du vil heve toppskatten, men du kan ikke fortelle de som har minst hvor mye du vil gi dem i skattelette. For meg henger ikke dette på greip."* Disse avbrytelsene kan ses på som et forsøk fra programledernes side å komme med en klargjøring av partienes politikk. Det er imidlertid slik at avbrytelsene skjer på en måte hvor politikerne ikke får muligheten til å resonnerer mer. Som vi så i forrige kapittel, gjør dette at seerne mister mye informasjon.

Underveis kommenterer programlederne debatten. For eksempel, fastslår Grosvold at hun finner det interessant at alle politikerne gjentar nøyaktig det samme i alle debatter, *"manisk nesten"*. Denne dialogen består altså mer av bemerkninger fra programledernes side enn en oppsummering av partienes politikk. Samtidig kan det se ut til at disse bemerkningene i stor grad er basert på hvorvidt de får nøyaktige svar på de spørsmålene de stiller, i stedet for hva politikerne *egentlig* forsøker å si. At programlederne bruker mye tid på dette viser at de er synlige aktører i debatten. Dette viser at programlederne styrer debattene med har hånd, noe Halvorsen påpeker overfor Enoksen: *"Det er han [peker på Gelius] som er sjefen her i dag, det er tydelig"*.

#### **4.1.1 Programlederroller i 2001**

Som den empiriske gjennomgangen viser, er Grosvold og Gelius høyst synlige programledere. Det vil derfor være interessant å se hvilke roller Grosvold og Gelius inntar, og hvordan disse påvirker informasjonen ut til velgerne. Rollene programlederne inntar kan sies å være mer eller mindre fremtredende. Derfor vil det være naturlig å dele inn rollene i små og

store X'er for å illustrere nettopp dette. Liten x innebærer at rollen er til stede, men i mindre grad, mens stor X betyr at den er svært tydelig<sup>7</sup>.

Tabell 4.1 – Programledernes roller, 2001

| Roller        | Jon Gelius | Anne Grosvold |
|---------------|------------|---------------|
| Ordstyreren   | X          | x             |
| Kritikeren    | X          | X             |
| Underholderen | -          | -             |
| Kamplderen    | X          | X             |

I tabell 4.1 ser vi at Jon Gelius tydelig inntar rollen som *ordstyrer*. Ordstyrerrollen blir spesielt utnyttet når han raskt gikk fra den ene politiker til den andre, dersom den første ikke svarer kvikt, eller kort nok. Dette er også en rolle som Gelius går tilbake til ofte når han fordeler taletiden mellom deltakerne. Videre inntar han rollen som *kritikeren*, noe som synliggjøres i spørsmålene han stiller politikerne. Som nevnt, er Gelius den programlederen som legger mest føringer i spørsmålene til politikerne. Han stiller kritiske spørsmål, som det er vanskelig å vri seg unna. Dersom politikerne forsøker på nettopp dette, avbryter han dem raskt. Et av kjennetegnene til "kritikeren Gelius", er at han stiller særdeles direkte spørsmål, som ikke er åpne for tolkning. Som vi så i den empiriske gjennomgangen, kan dette også føre til problemer for politikerne, ettersom det er umulig for dem å svare kort og konsist på en del av spørsmålene han stiller. Omfattende prosesser ligger som oftest bak politiske vedtak, og å svare "ja" eller "nei" på et spørsmål kan dermed bli vanskelig. Når Gelius inntar denne rollen går det derfor gjerne utover de politikerne som føler at det må en større forklaring til. Dette fører igjen til at deltakerne må kjempe med Gelius om å få ordet. Denne dragkampen skjer gjerne når Gelius inntar rollen som *kamplderen*. Denne rollen benytter han for å bygge oppunder formatet for folkemøtet. Dersom politikerne ikke følger malen, avbryter han dem. Om de ikke besvarer spørsmålene slik han vil, spør han dem på nytt. Blir det diskusjoner i panelet, bryter han inn og stiller spørsmål til rett person. Denne kamplderrollen ligger til grunn gjennom hele folkemøtet, og blir kun lagt bort om han trer inn i andre roller, eller dersom Grosvold inntar scenen.

<sup>7</sup> Det samme vil gjelde for analysen av programlederrollen i de resterende valgårene.

Som tabell 4.1 viser, går Anne Grosvold inn i nøyaktig de samme rollene som Jon Gelius. Det interessante er imidlertid at de benytter rollene noe ulikt. Grosvold er også *ordstyreren* når hun fordeler taletiden og gir ordet videre til neste politiker som skal få snakke. Likevel overskygges denne rollen i stor grad av *kritikeren*. Dette er den rollen Grosvold benytter seg mest av under debattene. Hun stiller også kritiske spørsmål, imidlertid ikke i samme grad som Gelius. Som vi så ovenfor, er Grosvold sin anvendelse heller basert på sarkastiske bemerkninger til politikerne, samt et ønske om å ”klargjøre” det politikerne diskuterer. Det sistnevnte gjøres ofte ved at hun holder fast ved en detalj, og spør politikerne om denne detaljen frem til hun får et svar. Det store politiske bildet synes ikke så viktig når hun inntar denne rollen. Hun benytter seg også av rollen som *kamplleder*, på samme måte som Gelius. Hun avbryter politikerne dersom de ikke holder seg til formatet, gjerne kun etter et par ord dersom hun ikke er fornøyd med måten de svarer på. I denne rollen er det tydelig at hun benytter seg av lange formuleringer, men tillater ikke politikerne å gjøre det samme. Det er også i denne rollen hvor hun benytter seg av de sarkastiske bemerkningene for å underbygge at politikerne ikke svarer slik hun vil.

Av roller som ville vært formålstjenlige i 2001, vil man kunne påstå at rollen som *ordstyrer* ville vært mest hensiktsmessig for å forbedre informasjonsflyten. Ved å sørge for at politikerne hadde fått lik taletid, og blitt stilt like spørsmål, ville velgerne kunne se forskjellen mellom partienes politikk. *Kritikerrollen* er også ønskelig her, men i en mer nedtonet variant. Ulempen ved denne rollen kommer når detaljer blir viktigere enn det store bildet, og hvorvidt programlederne er kritiske baseres på hvor kvikke politikerne er i sin retorikk. I disse folkemøtene belønner programlederne raske svar, og ikke lange, politiske fremstillinger. I denne sammenheng, er det dermed tydelig at kritikerrollen ikke fører til en bedre informasjonsflyt ut til velgerne. Det samme kan sies om *kampllederrollen*. Ofte får politikerne knapt muligheten til å starte sitt resonnement før de blir avbrutt. Derfor ser man tydelig at programlederrollen forsterker konklusjonen fra forrige kapittel, nemlig at folkemøtene i 2001 ikke førte til at seerne ble mer opplyste om partienes politikk.

### **4.1.2 Bruk av tolkningsrammer**

Som vi ser overfor, påvirker programlederrollen i stor grad hvordan folkemøtet arter seg. Det betyr også at programlederen blir en forlengelse av det formatet som er valgt for debattene, siden deres roller bygger oppunder de rammene som er planlagt redaksjonelt. Men det er ikke

bare programlederrollene som påvirker dette. Hvilke tolkningsrammer programlederne benytter seg av i løpet av sendingen har også mye å si for informasjonsflyten ut til velgerne.

Folkemøtene i 2001 består hovedsakelig av en *tematisk tolkningsramme*. Episodiske tolkningsrammer knytter seg til enkeltepisoder, spesielt i form av ”vanlige” menneskers historier som virker avpolitiserende. Slike innlegg er utelatt fra dette årets folkemøter. Sendingene består dermed av én times debatter uten noen form for innslag underveis. Videre er det partienes politikk som står i sentrum for folkemøtene. Det er både snakk om hva politikerne ønsker å gjøre, har gjort og hvilken politikk de anser som best på området. Bruken av den generelle tolkningsrammen kan derfor sies å være positiv.

Programlederne er knyttet til det konkrete perspektivet på tolkningsrammer, og her er det tydelig at programlederne benytter seg av en *kritisk tolkningsramme*. Dette kan man se allerede innledningsvis i de fleste debattene, siden en kritisk tone blir satt tidlig. Videre blir denne tolkningsrammen underbygget av de krasse spørsmålene de stiller deltakerne. Det er tydelig at hensikten med denne tolkningsrammen er å få svar på hva politikerne kan gjøre for å bedre livssituasjonen til mennesker. Dersom vi skal se tolkningsrammen i forbindelse med programledernes roller, blir det tydelig at bruken av denne gjør programlederne atskillig mer kritiske. Dette fører ofte til at tolkningsrammen hindrer politikerne i å besvare de kritiske spørsmålene på en god måte.

I løpet av dette årets folkemøter er det ingen klare tegn på at programlederne la opp til *konfliktrammer*. Det ser heller ut til at deres fokus er å sette politikerne på prøve i sin egen politikk. Kjentetegnet for konfliktrammer er at politikerne blir satt opp mot hverandre, gjerne i forbindelse med et spesifikt stridsspørsmål. Politikerne kommer naturligvis med kritikk av hverandres politikk, men verken rammene for folkemøtene eller programledernes debattlederstil tilsier at politiske blokker settes opp mot hverandre. I de situasjonene politikerne blir bedt om å si hvem de ikke kan samarbeide med, skjer dette i rolige former. Politikerne kommer heller ikke med noen overraskende svar, og programlederne spiller derfor ikke videre på dette.

En tolkningsramme vi ser til en viss grad i disse folkemøtene, er bruken av *assosiasjonsrammen*. For eksempel gjelder dette for Kjell Magne Bondevik i folkemøtet om

oljepenger. Gelius henvender seg til Bondevik mens han fastslår at han er den eneste som har nevnt de fattige i sin innledning. På denne måten blir Bondevik den eneste politikerens i panelet som knyttes opp mot kampen mot fattigdom. Dette viser at programlederens rolle er viktig både for selve debatten og hvordan den arter seg, i tillegg til at den kan være avgjørende for politikerens. Ved at Gelius påpeker dette overfor Bondevik og publikum, blir seerne oppmerksomme på at ingen av de andre politikerne har nevnt dette politikkområdet.

Avslutningsvis er spørsmålet om programlederne bruker saksramme eller en politisk spillramme. Dersom vi baserer tolkningsrammen på rollene som programlederne spiller, vil det være nærliggende å si at de bruker en *politisk spillramme*. Programlederne er riktignok opptatt av å få frem hva politikerne mener. Formatet bidrar imidlertid til at de politikerne som har kjappe replikker og humoristiske svar, blir belønnet. Dermed blir de politikerne som vil komme med lengre, forklarende svar avbrutt til stadighet. Selv om programlederne er opptatt av sak, blir dette overskygget av formatet de har planlagt og rollene de spiller. Bruken av tolkningsrammene forsterker inntrykket av at seerne potensielt kunne fått bedre informasjon ut av dette årets folkemøter. Videre synes det å være slik at programlederen og formatet gjenspeiler hverandre.

## 4.2 2005 – Knut Olsen

Som vi så i forrige kapittel, er 2005 det valgåret som skiller seg mest ut i analysen. Programlederstilen til Knut Olsen er en av årsakene til dette. Stikk i strid med tendensen i 2001, som var preget av mye avbrytelser og korte replikker, lar programlederen debatten gå av seg selv i dette årets folkemøter. Politikerne får god tid til å snakke for seg, og i den grad de ble avbrutt av Olsen, er dette kun små avbrytelser<sup>8</sup>. Dette er hovedtendensen i 2005; programlederen blander seg lite inn. Det vil imidlertid være feil å hevde at han ikke er delaktig, for det er ikke tilfelle. Det er tydelig at den noe passive stilen er en del av oppsettet. Av og til gjør han også halvhjertede forsøk på å bryte inn i debatten, men trekker seg raskt tilbake dersom politikerne ikke vil gi fra seg ordet. Ved noen anledninger fører denne stilen til at debatten sklir noe ut. Et eksempel her er i det første folkemøtet, hvor Kristin Halvorsen blir beskyldt av Erna Solberg for å snakke alt for lenge, noe som i utgangspunktet ikke er tilfelle.

---

<sup>8</sup> Med ”små avbrytelser” menes det at programlederen ofte kom med uttalelser som ”ja”, ”ok” og lignende. Dette var uten å faktisk avbryte politikerne for å gå videre i debatten.

Når disse to politikerne har kranglet litt frem og tilbake, snur Halvorsen seg mot Olsen og spør: *"Det er du som styrer her, ikke sant?"* Etter slike hendelser tar Olsen en noe mer aktiv rolle og styrer debatten noe mer enn tidligere.

Spørsmålene programlederen stiller er også annerledes i 2005. Olsen bruker ingen form for ironi eller sarkasme, men legger likevel sterke føringer i spørsmålet. Likevel blir ikke spørsmålene oppfattet som krasse. Selv om spørsmålene i seg selv er noe kritiserende, blir de ofte pakket inn i den uformelle stilen som Olsen representerer. I tillegg velger han ofte å holde et slags uformelt innlegg som politikerne skal svare på. Dette er i stedet for å stille et direkte spørsmål. Et eksempel på dette gikk til Arbeiderpartiets representant under industridebatten: *"Din sjef da, Jens Stoltenberg, har jo framstått som 'Kaptein Norge', sånn kinoreklame, hvor han skryter av at 'vi skal hindre at Norge blir solgt'. Men sannheten er jo at under regjeringen Stoltenberg sist, så klarte man å privatisere Statoil, Telenor, Kredittkassen mer på ett og et halvt år. Mer enn hva Bondevik-regjeringen har klart på fire. Det klarer dere ikke forklare bort."* Olsen synes å stille få, men omfattende spørsmål.

Olsens kjennetegn er at han bruker humor i møte med politikerne. Ofte kommer dette frem i form av humoristiske svar på politikernes utsagn, til tider i en nedlatende tone. For eksempel skjer dette i folkemøtet om industri, hvor Olsen spør Høyres representant: *"Driver du kamp mot monopolkapitalen, er dét det du sier?"* Når Høyres representant svarer: *"Høyre har alltid drevet kamp mot monopolkapitalen"*, sier Olsen med latter i stemmen: *"Dere har det, ja..."* Slike bemerkninger fra programlederen kan ofte fjerne noe av legitimiteten til politikernes utsagn. Videre bruker Olsen ofte variasjoner av begrepene *"er det feil?"* og *"er det dét du mener?"* I disse situasjonene blir det ofte slik at han tolker det politikerne sier. Siden politikerne må rette på hans tolkninger i ettertid, er det tydelig at han bevisst tolker politikernes utsagn feil. Dersom seerne ikke er lydhøre på dette, kan de fort få feil inntrykk av partienes politikk.

## 4.2.1 Programlederroller i 2005

Tabell 4.2 – Programlederens rolle, 2005, NRK

| Roller        | Knut Olsen |
|---------------|------------|
| Ordstyreren   | x          |
| Kritikeren    | -          |
| Underholderen | X          |
| Kamplederen   | -          |

Som vi ser i tabell 4.2, går Olsen inn i to roller i løpet av folkemøtene, nemlig som *ordstyreren* og som *underholderen*, hvor førstnevnte er den minst anvendte rollen. Som vist overfor, er det flere ganger debattene sporet av, og Olsen venter lenge med å hente den inn igjen. Likevel, når han først får debatten tilbake på rett spor trår han inn som ordstyreren. Videre er han *ordstyreren* spesielt tidlig i debattene, hvor han som oftest bruker mye tid på to partier. Han stiller da spørsmål til hvert av partiene, før de får diskutere en del på egenhånd, uten hans innblanding. Det er likevel viktig å påpeke at når Olsen inntar denne rollen underveis i debattene, respekterer politikerne dette. Han har altså muligheten til å ta mer styring i denne rollen, men velger å ikke benytte den i noen særlig grad. Den mest benyttede rollen er *underholderen*. Interessant nok, er imidlertid ikke Olsen en spesielt aktiv underholder. Likevel forsterker dette karaktertrekket debattens format. At han tar lite plass, gjør at politikerne får utfolde seg i større grad, og dermed debattere seg i mellom. Olsen bidrar altså til mer interaksjon mellom politikerne, i stedet for mellom han selv og politikerne.

*Underholderen* har som mål å appellere til publikum, og ikke minst å skape høye seertall. I henhold til forrige kapittel, ser vi at underholdning også er tendensen i folkemøtene. Det hersker liten tvil om at dette er for å appellere til publikum, hvor forsøket med en utpreget underholdningsdebatt forhåpentligvis vil føre med seg høyere seertall<sup>9</sup>. Når musikk, komikere, og karikaturtegnere også er innslag som programlederen bruker mye tid på, blir underholdning hovedfokuset for selve programmet. Dersom man skal se dette i sammenheng med informasjonsflyten ut til seerne, er denne rollen uheldig. Likevel tydeliggjør dette at

---

<sup>9</sup> Det kan se ut til at dette fungerte, ettersom seertallene dette året var ganske høye, med et snitt på 648 500 seere per program.

redaksjonen planlegger formatet på slike valgsendinger veldig nøye, og det er da viktig å velge programledere som kan forsterke dette konseptet. Samtidig synliggjør dette resultatene vi fant i forrige kapittel, nemlig at folkemøtene i 2005 er det året med minst informasjonsflyt ut til seerne. Med andre ord, seerne får ikke en opplyst forståelse av å se på disse folkemøtene.

#### 4.2.2 Bruk av tolkningsrammer

De noe spesielle folkemøtene i 2005 gjenspeiler seg også i tolkningsrammene som blir brukt. Angående det generelle perspektivet, er disse folkemøtene noe varierende. Selve programmet holder seg til en *tematisk tolkningsramme*, ettersom det er overordnede temaer som blir diskutert. Individuelle opplevelser blir heller ikke trukket inn i særlig grad. Likevel kan man argumentere for at duellene som blir avholdt i disse debattene er basert på en *episodisk tolkningsramme*. Disse duellene har ofte en annen tematikk enn det som blir diskutert i selve debatten. I tillegg baserer duellen seg ofte på et utsagn fra en politiker i media, noe som gjør at seerne ikke får noe annen bakgrunnsinformasjon enn dette utsagnet. Også det siste folkemøtet består av visse episodiske elementer. Dermed består folkemøtene i 2005 hovedsakelig av en tematisk tolkningsramme, med innslag av episodiske tolkningsrammer.

Man ser også tegn til en *kritisk tolkningsramme* i denne debatten. Basert på rollene Olsen inntar, kan det virke som om underholdning preger folkemøtene i så stor grad at det ikke er rom for mye annet. Dette stemmer ikke helt. I visse folkemøter, som i industridebatten, kommer han med fakta som underbygger tematikken som diskuteres. I tillegg stiller han kritiske spørsmål til politikerne, selv om ordlyden er uformell. Likevel er det klart at denne tolkningsrammen ikke er like tydelig som den var i 2001. Grunnen til dette kan rett og slett være fordi den ikke er like fullt tilstede. Kritisk journalistikk ser ikke ut til å være fokuset i 2005, selv om man kan se elementer av dette i noen av debattene.

Tolkningsrammen man derimot ser meget tydelig at programlederen legger opp til, er *konfliktrammen*. Samtlige folkemøter baserer seg i stor grad på en konflikt mellom to partier, eller to fløyer. Dette er noe Olsen oppfordrer, både i form av spørsmål og i måten han leder debatten. Et eksempel på dette er i folkemøtet om skolepolitikk, hvor store deler av debatten dreier seg kun om SV og Høyre. Konfliktrammen er også tydelig i form av duellene som finner sted i folkemøtene, hvor hensikten er at to representanter fra hvert sitt parti skal



”duellere” over et gitt tema. Her er det interessant å observere at Olsen sjeldent blander seg inn i duellen. Representantene henvender seg ofte til han, men han lar som regel duellen gå av seg selv. På denne måten forsterker han duellfølelsen; det er to politiske partier mot hverandre.

*Assosiasjonsrammen* ser man også tydelig i denne debatten. Olsen bruker denne rammen i form av tilknytning av sak til spesielle politikere. Dette gjelder for eksempel for Kristin Halvorsen i det første folkemøtet, hvor Olsen både snakker og stiller spørsmål om Halvorsens lovnader om full barnehagedekning. Olsen gir aldri de andre partiene, foruten Arbeiderpartiet, muligheten til å kommentere denne saken. Ettersom Halvorsen dermed får muligheten til å gi lovnader, og Stoltenberg får muligheten til å slutte opp om dette løftet, er det nettopp SV og det rødgrønne regjeringsalternativet som blir assosiert med dette temaet. Denne tolkningsrammen benytter Olsen seg av i alle folkemøtene, og bidrar i så måte til at visse partier blir knyttet til spesifikke temaer. På denne måten faller de partiene han ikke inkluderer i denne diskusjonen ut. Som vi så i forrige kapittel, vil det være konsekvenser for partier som blir utelatt fra folkemøter. Når partiene som deltar også blir utelatt fra å diskutere enkelte temaer, vil det også påvirke deres sakseierskapsmuligheter. Det vil derfor være problematisk om Olsen bevisst benyttet seg av en slik tolkningsramme for å utelate partier fra diskusjonen.

Videre er det tydelig at NRKs folkemøter i 2005 benytter en *politisk spillramme*, heller enn en saksramme. Dette er spesielt knyttet sammen med de to foregående tolkningsrammene, og ikke minst Olsens debattlederstil. Som allerede nevnt er det særdeles tydelig at Olsen legger opp til konflikter mellom to partier eller blokker, noe som forsterker underholdningsfokuset. Dette tydeliggjør også den politiske spillrammen. Tidvis er det også spørsmål om hvilke saker som kan splitte eventuelle samarbeid mellom ulike partier. Dette bidrar også til at det blir fokus på et politisk spill og hypotetiske scenarier heller enn politiske saker. Her er det også viktig å påpeke at Olsen til stadighet lar politikerne snakke før han rekker å stille dem spørsmål. Dette gjør at i stedet for å avbryte politikerne med et saklig spørsmål, velger han heller å la dem debattere det de ønsker. Denne tolkningsrammen må knyttes opp til det vi allerede har sett om folkemøtene i 2005, nemlig at underholdningen går på bekostning av saken.

### 4.3 2005 og 2009 – Oddvar Stenstrøm

TV2 avholdt folkemøter i 2005 og 2009, hvor Oddvar Stenstrøm var programleder. Ettersom hans programlederstil ikke forandret seg stort fra 2005 til 2009, vil disse to valgårene bli behandlet samtidig. Stenstrøm hadde lang fartstid som debattleder i TV2, og hadde tidligere hatt et fast debattprogram på fjernsynet, kalt "Holmgang". En del av elementene som var fast innslag under Holmgangsendingene, preget også folkemøtene. Dette tydeliggjøres spesielt i Stenstrøms programlederstil.

Et kjennetegn ved Stenstrøm, er hans måte å formulere spørsmål på. Hans programlederstil er meget konfronterende, og spørsmålene han stiller er direkte, og tidvis ladet med kritikk. Et eksempel på dette er fra 2005, hvor han stiller følgende spørsmål: *"Men jeg må spørre deg, Jens Stoltenberg, fordi dette er jo ikke bare Bondevik og denne regjeringen. Du har også vært statsminister, og fattige folk har vi hatt i Norge siden tidenes morgen. Hvorfor i all verden har ikke spesielt Arbeiderpartiet gjort mer for disse menneskene gjennom tidene?"* Spørsmål av denne typen rettes mot samtlige partier, og favoriserer dermed ingen. I tillegg er han snar til å bryte inn dersom politikerne forsøker å svare unnlatende. Det er imidlertid ikke slik at han avbryter i tide og utide. Han avbryter politikerne når han mener de ikke svarer godt nok, men lar dem få utdype sine argumenter dersom de besvarer spørsmålet samtidig.

Programlederstilen til Stenstrøm gjør at han alltid er på hugget, samtidig som han har kontroll på debattene. Ved noen anledninger er han imidlertid mer aktiv i form av oppfølgingsspørsmål, gjerne samtidig som politikerne forsøker å svare på det første spørsmålet han stilte. For eksempel skjer dette i folkemøtet om skolepolitikk i 2005, hvor det er en periode der Kristin Halvorsen ikke får fullføre et argument før Stenstrøm stiller et nytt oppfølgingsspørsmål. Disse avbrytelsene kommer spesielt dersom politikerne ønsker å snakke om fortiden i form av hva de har gjennomført tidligere. Stenstrøm er hovedsakelig ute etter hva politikerne vil gjøre, og hva de kan love velgerne – ikke hva de gjennomførte i forrige stortingsperiode. Dette er også noe han nevner eksplisitt overfor politikerne.

Et spesielt viktig karaktertrekk ved Stenstrøm, er måten han trekker inn "vanlige" mennesker på. Selv om dette ikke går spesifikt på hans personlighet, er dette en så stor del av hans programmer, at det må knyttes sammen med hans programlederstil. Som vi så i forrige kapittel, preget dette debatten i stor grad. Spesielt så man i 2009 at måten Stenstrøm

presenterte og intervjuet disse menneskene på, la store føringer for resten av debatten. Dette vil bli sett nærmere på under analyseringen av tolkningsrammene for disse to valgårene.

### 4.3.1 Programlederroller i 2005 og 2009

I tabell 4.3 kan vi se hvilke roller Stenstrøm inntar i løpet av debattene. Det er iøynefallende at én programleder inntar så mange roller i løpet av et folkemøte, som i tillegg kun varer i underkant av en time. Dette skyldes delvis hans lange erfaring som programleder og delvis at han inntar noen roller i større grad enn andre.

Tabell 4.3 – Programlederens rolle, 2005 og 2009, TV2

| Roller        | Oddvar Stenstrøm |
|---------------|------------------|
| Ordstyreren   | X                |
| Kritikeren    | X                |
| Underholderen | x                |
| Kamplederen   | X                |

I tabell 4.3 ser vi at Stenstrøm er en klar *ordstyrer* gjennom debattene. Likevel må denne rollen ses i sammenheng med *kritikeren*. I forbindelse med at han gir ordet til politikere, kommer han samtidig med spørsmål som er ladet med kritikk. Flere ganger går han direkte inn i en ordstyrerrolle hvor han kun gir ordet videre, men sammensetningen "*kritisk ordstyrer*" er absolutt den rollen han inntar mest i løpet av debatten. *Underholderen* Stenstrøm kan ses i forbindelse med at TV2 er en kommersiell kanal, som er avhengig av høye seertall. For at seerne skal kunne identifisere seg med politikken som blir diskutert, bruker han individeksempler i stor grad. Selv om dette ikke er et utpreget underholdningsaspekt, er det likevel slik at det kan gjøre debatten mer interessant å se på for enkelte. Som vi var inne på i forrige kapittel, hindrer dette imidlertid folkemøtenes informasjonsformidling. Tidvis blir det for mye fokus på enkelthendelser i stedet for politikken. Videre ligger en kritisk tone til grunn for Stenstrøms programlederstil. Det innebærer at uansett hvilken rolle han inntar, ligger *kritikeren* til grunn. Disse individeksempelene benyttes derfor som et grunnlag for kritikk mot partiene.

*Kamplederen* er en av rollene Stenstrøm inntar tidvis. Dette skjer spesielt dersom politikerne forsøker å snakke om noe annet enn det som var temaet, eller om de går for fort frem i sine resonnementer. Han påpeker det raskt dersom noen av deltakerne forsøker å "*ta hele debatten på en gang*". Denne rollen kan også ses i forbindelse med ordstyrerrollen, hvor han både gir ordet til politikere, sørger for at de ikke snakker i munnen på hverandre, samtidig som han stopper dem dersom de forsøker seg på en digresjon. Ulempen med denne rollen, kommer de gangene han hindrer politikerne i å snakke om hva de *har* gjort og gjennomført av politikk. Ofte kan det være vesentlig for velgerne å vite hva politikerne faktisk har gjennomført i sin tid på Stortinget, og hva slags politikk som har blitt implementert mens de har sittet i regjering. På denne måten vil velgerne få et bedre grunnlag for å bedømme partienes gjennomføringskraft. Når Stenstrøm ikke lar dem diskutere dette, sitter seerne kun igjen med valgløfter. Og er det noe partiene ikke alltid kan få gjennomslag for, er det alle valgløftene de har kommet med i løpet av valgkampen.

For seerne vil den beste rollen i Stenstrøms folkemøter være *ordstyreren*, siden han er systematisk og kontrollert. Om han kun anvender denne rollen, vil han kunne fordele taletiden bedre. Og enda viktigere, seerne vil få muligheten til å høre hva alle partiene har å si om de forskjellige temaene og sakene. Riktignok vil elementer av *kritikeren* også være hensiktsmessig i denne sammenheng. At politikerne skal få en viss taletid på å si akkurat hva de vil, fører nok ikke til en bedre forståelse hos velgerne. Å sette politikerne på prøve i sin egen politikk kan virke opplysende for seerne, siden programlederen vil opptre som en representant for velgerne. Men dersom kritikk ligger til bunn for alle uttalelser fra programlederens side, kan det fort virke som om han er kritisk uansett hva politikerne sier. Selv om dette ikke nødvendigvis gjelder Stenstrøm fullt og helt, er han ofte på grensen for hva som faktisk er et *for* kritisk blick på det politikerne sier.

Stenstrøm benytter i tillegg rollene *kampleder* og *underholder*. Informasjonen velgerne får i debattene, avhenger av hvordan disse rollene utnyttes. I denne sammenheng er det rollen som *kampleder* han inntar mest, hovedsakelig i form av å avbryte politikerne med utsagn, eller ved å stille oppfølgingsspørsmål. Grunnen til at denne rollen ikke er hensiktsmessig her, er ettersom Stenstrøm ofte benytter den for å belyse hva som er galt med politikken, og hvorfor ingen gjør noe med det. I tillegg hindrer han politikerne i å fullføre sine resonnementer. Dermed kan debatten virke mer som en dragkamp, heller enn opplysende. Som vist overfor,

henger *underholderen* sammen med innleggene fra salen. Denne rollen er heller ikke hensiktsmessig når det gjelder å gi velgerne en god informasjonsflyt, ettersom det i stor grad tar vekk fokuset fra politikken.

Dersom vi et øyeblikk ser vekk fra den kritiske undertonen i debatten, er det verdt å nevne at Stenstrøm inntar roller som kan sies å representere *public service*-idealene, noe som innebærer at rollene skal benyttes for å informere publikum. Dette er ingen selvfølge ettersom TV2 er en kommersiell kanal. Likevel er det tydelig at han er ute etter klare svar fra politikerne, noe som er positivt for seernes forståelse. De rollene som ikke er direkte knyttet til disse idealene, inntar Stenstrøm i ganske begrenset grad. Men, som nevnt i forrige kapittel, er det visse elementer som ødelegger informasjonsflyten ut til velgerne. Dette er knyttet sammen med tolkningsrammene som anvendes i debatten.

### 4.3.2 Bruk av tolkningsrammer

Når det gjelder det generelle perspektivet på tolkningsrammer, er det tydelig at Oddvar Stenstrøms folkemøter i stor grad er preget av *episodiske tolkningsrammer*. Særlig gjelder dette for folkemøtene i 2009. Som tidligere nevnt, får røstene fra salen stor plass underveis i debattene, slik at mesteparten av debattene blir tatt ned på et mer individorientert nivå. Partilederne må dermed henvende seg til menneskene i salen. Med andre ord, episodiske tolkningsrammer har vært dominerende i TV2. Som nevnt overfor vil en slik tolkningsramme være problematisk for seerne, siden programlederen velger å bruke mye tid på elementer som ikke viser partienes politikk.

Når det kommer til det konkrete perspektivet, er det tydelig at Stenstrøm benytter seg av en *kritisk tolkningsramme*. Dette synliggjøres spesielt i den kritiske formen på spørsmålene han stiller politikerne, og oppfølgingsspørsmålene han avbryter de med. Rollene Stenstrøm inntar tydeliggjør også tolkningsrammen. For eksempel gjelder dette når han blir *kritikeren*. I denne rollen fungerer han til tider som en representant for de svake i samfunnet, og stiller politikerne til veggs slik at de som lider under partienes politikk skal få svar. Et eksempel på dette var i 2009: "*Men Kristin Halvorsen, hvorfor kan ikke folk få hjelp på sosialkontoret? Hvorfor må de være avhengige av Frelsesarmeen for å få mat til ungene sine?*"

*Konfliktrammen*, som var så tydelig i NRKs folkemøter i 2005, er derimot ikke tilstede i Stenstrøms folkemøter. Selv om politikerne gjerne kritiserer hverandres politikk, bruker Stenstrøm liten tid på å forsterke dette. Man får heller ikke inntrykk av at han forsøker å lage konflikter mellom den borgerlige- og den rødgrønne blokken. Som nevnt, har Stenstrøm heller et fokus på de kritiske spørsmålene til de ulike partiene. Han bruker imidlertid ikke disse spørsmålene til å skape videre konflikter.

*Assosiasjonsrammen* er en tydelig tolkningsramme i Stenstrøms folkemøter. Dette gjelder spesielt i 2005, når de episodiske innslagene knyttes til ulike politiske partier. Dette er imidlertid ikke like tydelig i 2009, ettersom innleggene fra salen ikke knyttes opp mot en politiker eller et parti. Dermed blir denne tolkningsrammen til en viss grad tonet ned fra det ene året til det andre. Likevel blir Halvorsen, meget tydelig, knyttet til fattigdomspolitikken i 2009. Dette fordi hun hadde kritisert Bondevik i 2005 for å ikke gjøre nok for Norges fattigste. Stenstrøm viser klipp og viser til at Halvorsen heller ikke har blitt kvitt problemet. Dermed benytter han denne tolkningsrammen også for å skape negative assosiasjoner.

Hvorvidt Stenstrøm bruker en saksramme eller en politisk spillramme, ser man ut fra hva han legger vekt på i folkemøtene sine. Programlederrollene hans tilsier at han er ute etter å presse politikerne i henhold til hva de kan love velgerne, samtidig som han fungerer som en ordstyrer og kampleder. Dette gjør at man kan argumentere for at han bruker en *saksramme*. Selv om Stenstrøms folkemøter er noe særegne, er det likevel slik at han forholder seg til konkrete saker underveis i sendingen. Stenstrøm prioriterer dermed en saksramme i sine folkemøter, heller enn en politisk spillramme.

## **4.4 2009 – Atle Bjurstrøm og Nina Owing**

I 2009 sendte NRK kun én valgsending med et folkemøteformat. En likevel tydelig forandring fra stortingsvalgkampen i 2005, er nedtoningen av underholdningsaspektet. Dette blir forsterket av programlederne, som innleder sendingen med å hevde at hensikten med debatten er å få klare svar fra politikerne på viktige spørsmål. De to programlederne har noe ulike funksjoner, hvilket blir spesielt tydeliggjort i spørsmålene de stiller politikerne. Begge stiller høyst direkte og ladete spørsmål til politikerne, men Bjurstrøm er den som legger flest føringer. Han kommenterer i tillegg ved å vri på politikernes argumenter, og stiller gjerne spørsmål ut fra dette. Et eksempel er kommentaren han gir til de borgerlige partiene: ”Når jeg

*hører på dere nå, så høres det jo nesten ut som om den mest sannsynlige statsministerkandidaten på borgerlig side faktisk heter Jens Stoltenberg! For hvis dere ikke får det til, så går det jo til han som er størst på den siden". Det kan virke som om han bruker slike uttalelser for å skape mer intensitet i debatten. Owing bruker derimot ikke denne teknikken i like stor grad, men hun er likevel opptatt av å få svar på spesifikke spørsmål. Dersom politikerne ikke svarer henne med en gang, gjentar hun stort sett spørsmålene: "Men Jens Stoltenberg, jeg stilte deg spørsmålet: vil du kunne regjere alene?"*

Programledernes debattlederstil syntes også å prege selve diskusjonen. Politikerne får tid til å utdype sine argumenter og ståsteder. Selv om programlederne avbryter av og til, skjer dette i form av oppfølgingsspørsmål og kommentarer. Dette skjer sjeldent, og virker derfor ikke forstyrrende. Debatten skli heller aldri ut av kontroll, og politikerne får ikke frie tøyler til å snakke så mye de vil. Programlederne kontrollerer debatten, og sørger for at ordet blir gitt videre. Det må imidlertid påpekes at det kan virke som om programlederne nedprioriterer sentrumpartiene. De får svare på en del spørsmål, men fokuset ligger som oftest ikke hos dem. Dette gjelder spesielt for KrF og Senterpartiet, mens Venstre får ytre seg noe mer. Det kan tenkes at Venstre får mer taletid enn de to andre på grunn av Sponheims skarpe tunge, noe som automatisk fører til en noe mer underholdende debatt. Samtidig er det naturligvis en sjanse for at denne taletiden var noe tilfeldig.

#### 4.4.1 Programlederroller 2009

Tabell 4.4 – Programledernes rolle, 2009, NRK

| Roller        | Atle Bjurstrøm | Nina Owing |
|---------------|----------------|------------|
| Ordstyreren   | X              | X          |
| Kritikeren    | X              | X          |
| Underholderen | -              | -          |
| Kamplderen    | x              | x          |

Som tabell 4.4 viser, bruker begge programlederne rollen som *ordstyrer*. Det er tydelig at de fordeler tiden mellom politikerne, og spesielt mellom de to blokkene som politikerne er delt inn i. Dette innebærer at politikerne får muligheten til å bruke god tid på å svare; ingen av de to programlederne som avbryter i tide og utide. *Kritikeren* er også en tydelig rolle hos dem

begge, selv om den blir brukt noe ulikt av de to programlederne. Bjurstrøm er hovedsakelig kritisk i form av spørsmålene han stiller politikerne, og gjerne også i utsagnene han kommer med etter at de har svart. Som nevnt overfor, kan det virke som om noe av denne kritiske tonen benyttes for å skape mer intensitet i debatten, både mellom og innad i blokkene. Owing bruker derimot *kritikeren* for å få svar på spørsmålene hun stiller deltakerne, hvor hun gjerne presser på litt ekstra dersom de ikke svarer nøyaktig nok. Det må imidlertid påpekes at denne kritikerrollen ofte blir benyttet av begge programlederne for at partiene skal diskutere hypotetiske scenarier, for eksempel når Owing presser på SP og SV om å svare på hvorvidt de vil trekke seg ut av regjeringen dersom de taper kampen om Lofoten, Vesterålen og Senja.

*Kamplederen* kan også sies å passe begge programlederne. Dette året må man se *kamplederen* i forbindelse med *ordstyreren*. Ettersom det politiske spillet ikke synes å være i fokus her, er dette mer å regne som en tradisjonell partilederdebatt. Det innebærer at politikerne blir gitt ordet, og de lar til gjengjeld programlederne styre hvem som skal få snakke når. Det er lite diskusjoner mellom politikerne uten at programlederne tillater dette. Å være en kampleder i denne debatten, innebærer altså at programlederne sørger for at alle får uttale seg om de ulike temaene, samt å følge opp utsagn dersom noe er uklart.

En interessant observasjon i dette tilfellet, er at programlederne inntar roller som er knyttet til *public service*-idealer, som har et fokus på å fremme informasjon og politisk debatt (Allern 2004:146). Dette innebærer at rollene som bidrar til politisk underholdning ikke blir benyttet i dette valgåret. Dette underbygger trenden vi så i forrige kapittel, nemlig at 2009 var det valgåret hvor NRK gikk tilbake til en mer saksorientert debatt. Dette viser i tillegg at programlederne hovedsakelig inntar roller som har som hensikt å forsterke informasjonsflyten ut til seerne. *Ordstyreren* ser ut til å være den rollen som bidrar til å få frem mest informasjon i denne debatten. Det samme kan sies om *kamplederen*, ettersom denne i stor grad underbygger ordstyrerrollen i dette folkemøtet. *Kritikeren* er imidlertid den rollen som til tider kan stoppe informasjonsflyten. Som nevnt overfor, er dette fordi programlederne legger opp til at hypotetiske situasjoner skal diskuteres, eller at de kommer med utsagn som ikke nødvendigvis stemmer overens med det politikerne forsøker å få frem. Slike situasjoner vil ikke gi seerne noe informasjon om partienes politikk, og man kan derfor hevde at dette var noe de muligens burde brukt mindre tid på.



#### 4.4.2 Bruk av tolkningsrammer

Det generelle perspektivet på tolkningsrammer preges av en *tematisk tolkningsramme*. NRK har ingen innlegg fra publikum, og fokuset ligger på partilederne gjennom hele sendingen. Ettersom dette folkemøtet er en 75 minutters partilederdebatt, er det ikke et overordnet tema for debatten. Likevel har programlederne noen utvalgte temaer som skal diskuteres, og dette er i stor grad på systemnivå. Det er altså lite i denne debatten som tyder på at en episodisk tolkningsramme blir brukt.

Når vi analyserer bruken av konkrete tolkningsrammer, ser man at Bjurstrøm og Owing benytter seg av en *kritisk tolkningsramme*. Dette kommer til syne gjennom spørsmålene de stiller politikerne, som stort sett var veldig korte og konsise. Dersom politikerne forsøker å gå rundt grøten, bemerkes det: "*Det var et veldig bra svar på et helt annet spørsmål enn det jeg stilte.*" At politikerne forsøker å gi diffuse svar er et tydelig eksempel på hvordan de forsøker å tilpasse seg programlederstilen. Dersom programlederne ikke er på hugget, vil de ikke greie å oppklare disse svarene.

Når det gjelder bruken av *konfliktrammer*, kommer ikke denne kun til syne i form av programledernes skikkelse. En interessant observasjon er nemlig at programlederne og fjernsynskanalen viser at en konfliktramme vil være sentral i folkemøtet før selve debatten har startet. Dette synliggjøres i form av inndelingen av de politiske partiene i panelet. Man har partilederne fra den rødgrønne regjeringen på den ene siden, og de borgerlige partiene på den andre. Hensikten er at man skal debattere blokk mot blokk. Videre baserer ofte programlederne sine spørsmål på konfliktområder innad i blokkene. Dermed legger både formatet og programlederne opp til konflikter mellom blokkene, i tillegg til innad i blokkene.

*Assosiasjonsrammen* benyttes også i dette folkemøtet. Dette kommer til syne i filmsnuttene som vises som en introduksjon til nytt tema. I disse filmsnuttene er det en politiker som uttaler seg om en spesifikk sak eller tema, som så blir tema for videre diskusjon. På denne måten blir saken automatisk knyttet til et politisk ansikt. Når Lofoten, Vesterålen og Senja skal diskuteres, velger de å vise et klipp med Kristin Halvorsen. Dermed er det sannsynlig at seerne først og fremst tenker på Halvorsen når denne saken dukker opp i andre sammenhenger. Denne tolkningsrammen kan være relativ subtil, selv om den er til stede.

Riktignok spiller ikke programlederne videre på disse snuttene i stor grad, og benytter seg ikke av denne tolkningsrammen ellers.

I dette folkemøtet benytter programlederne seg av en *saksramme* i stedet for en politisk spillramme. Det er få elementer som kan sies å være spillorientert, foruten bruken av konfliktrammen. Saksrammen forsterkes i tillegg av rollene til programlederne, hvor de hovedsakelig er ordstyrere og sørger for at politikerne holder seg til spillreglene for debatten. Videre stiller de kritiske spørsmål, hvilket også støtter opp om denne tolkningsrammen. Det er imidlertid viktig å påpeke at programlederne også stiller spørsmål som ikke alltid er direkte knyttet til sak. Likevel er folkemøtet verken preget av underholdning, eller politisk spill. Som vi så i forrige kapittel var informasjonsflyten ut til velgerne i stor grad forbedret dette valgåret, noe som blir spesielt tydelig når man ser at dette er det første året i denne analysen at NRKs folkemøter består av en saksramme.

## **4.5 2013- Jarle Roheim Håkonsen og Ingunn Solheim**

I 2013 sendte NRK tre folkemøter, hvorav ett var med to programledere. Jarle Roheim Håkonsen er fast programleder for alle tre folkemøtene, mens Ingunn Solheim kun er med i åpningsdebatten. Den største forskjellen på åpningsdebatten i 2009 og 2013, er spesielt programledernes debattlederstil. Der hvor programlederne fra 2009 var samkjørte, er programlederne i dette møtet til tider i utakt og har problemer med å slå gjennom i debatten. Det er likevel tydelig at programlederne er godt forberedt for debatten. Alternative kilder blir benyttet i stor grad, noe som kommer til syne ved at programlederne baserer store deler av debatten på forskning, noe som gjenspeiles i spørsmålene. Siv Jensen er en av de som fikk erfare dette: *"Dere vil jo gå enda lenger når det gjelder skattelettelser. Hva slags vitenskap og forskning lener du deg på når du sier at det vil skape vekst og arbeidsplasser?"*

I de to påfølgende folkemøtene virker Håkonsen noe mer selvsikker, selv om han fortsatt tidvis har problemer med å avbryte politikerne. Når han skal gi ordet videre, lar politikerne han gjøre dette. Det er derfor mulig at disse halvhjertede avbrytelsene er en del av det forhåndsplanlagte formatet. Et spesielt kjennetegn for Håkonsen, er hans uformelle programlederstil. Dette kommer til syne i det som kan se ut som en spontanitet når det gjelder spørsmålene han stiller til politikerne. Sannsynligvis har han forberedt spørsmål på forhånd, men det ser ofte ut til at han spiller videre på det politikerne sier underveis. På denne måten

flyter debatten bedre mellom politikerne og programlederen. I de to siste folkemøtene er han i tillegg mer på hugget og avbryter politikerne i større grad. Hovedsakelig gjelder dette når politikerne begynner å snakke om andre saker som Håkonsen ikke anser som viktige for debatten. Likevel lar han ofte politikerne fortsette sitt resonnement etter han har avbrutt dem. Disse avbrytelsene blir derfor noe overflødige.

I de to siste folkemøtene bruker Håkonsen mye tid på innlegg fra salen. Noen av spørsmålene han stiller politikerne baserer seg så på disse innleggene. Et slikt spørsmål får Liv Signe Navarsete: *”Dere har altså laget et helsevesen som flere og flere, tydeligvis, frykter at ikke gir dem hjelp når de trenger det. Det ser man da på den sjudoblingen av helseforsikringer. Hva sier Senterpartiet til det?”* I løpet av folkemøtene går Håkonsen inn for å stille spørsmål for å forsøke å ”oppklare” utsagn og lignende underveis. Han legger også press på politikerne flere ganger, men han fremstår likevel ikke som en autoritær programleder. Dette kan naturligvis ha fordeler og ulemper. Ulempen er at politikerne kan få fritt spillerom dersom programlederen ikke passer på. Fordelen er imidlertid at de får tid til å besvare spørsmålet på en ordentlig måte, og det blir en bedre interaksjon mellom han og politikerne.

### 4.5.1 Programlederrollen 2013

Tabell 4.5 – Programlederroller 2013

| Roller        | Jarle Roheim Håkonsen | Ingunn Solheim |
|---------------|-----------------------|----------------|
| Ordstyreren   | X                     | X              |
| Kritikeren    | X                     | X              |
| Underholderen | -                     | -              |
| Kamplederen   | x                     | -              |

Som vi ser i tabell 4.5, inntar Solheim to av rollene i åpningsdebatten. I dette folkemøtet anvender hun *ordstyreren* ofte. Denne rollen kombineres som oftest med spørsmål til politikerne. Disse spørsmålene er tidvis kritiske, noe som innebærer at *kritikeren* ligger til grunn store deler av debatten. Her er det viktig å understreke at *kritikeren* blir benyttet annerledes av Solheim i 2013, enn programlederne benyttet denne rollen i 2009. Solheim velger i liten grad å basere seg på hypotetiske situasjoner, og tar heller utgangspunkt i saker som det er uenighet rundt, eller som potensielt kan være uklart for seerne. På denne måten får

seerne bedre informasjon om partienes politikk. I tillegg benytter hun rollen på en slik måte at politikerne får muligheten til å forklare partiets politikk. Ettersom hun lar dem resonnerer, får de bedre mulighet til å utbrodere hva de kan tilby velgerne, samtidig som seerne får se forskjellene i politikken. Solheim benytter seg altså av en ganske balansert kritikerrolle.

Håkonsen er også *ordstyreren*. Denne rollen inntar han på samme måte som Solheim, og det er tydelig at deres roller supplerer hverandre, i den forstand at de inntar rollene på ulike tidspunkt. Håkonsen benytter imidlertid denne rollen også under duellen, som foregår i løpet av sendingen. Dette gjelder for alle tre folkemøtene. I duellene får deltakerne god tid til å diskutere seg i mellom, men han bryter likevel inn for å stille spørsmål, eller styre debatten tilbake på tema. I denne sammenheng benytter Håkonsen seg også av rollen som *kampleder*. Sannsynligvis er dette også grunnen til at Solheim ikke inntar denne rollen i løpet av åpningsdebatten, ettersom Håkonsen er den eneste programlederen i duellen. *Kamplederen* er ikke en spesielt aktiv rolle i disse duellene, og kommer kun til syne av og til når Håkonsen mener at politikerne har sporet av. Han inntar heller ikke denne rollen utenfor duellene. Mye av grunnen til dette kan være ettersom det er en tydelig rollefordeling mellom programlederen og deltakerne: han stiller spørsmål og gir ordet, mens de skal svare. Dermed er det *ordstyreren* Håkonsen baserer seg mest på. I tillegg ligger *kritikeren* til grunn for flere av spørsmålene han stiller politikerne. Men, debattlederstilen hans er høyst uformell. Dette gjør at spørsmålene han stiller ikke oppfattes som krasse eller kritiserende. Likevel er det en underliggende kritisk tone, noe som er hensiktsmessig når man skal sørge for at politikerne svarer presist på spørsmålene.

Også i dette valgåret er det tydelig at rollene som blir valgt, baserer seg i stor grad på *public service*-idealer, og hensikten er dermed at seerne skal få informasjon ved å se på folkemøtene. Som vist i forrige kapittel er dette også tilfelle. Det er tydelig at Håkonsens rolle i debatten er å sørge for at politikerne får frem sine standpunkter. Det samme gjelder Solheim i åpningsdebatten. Selv om det er for tidlig å begynne å snakke om en trend, har NRK, to stortingsvalgkamper på rad, sendt folkemøter som består av et mer saklig innhold.

## 4.5.2 Bruk av tolkningsrammer

Selv om både formatet og programlederrollene i 2013 har vist at folkemøtene er mindre preget av underholdning, er det likevel interessant at *episodiske tolkningsrammer* blir brukt i

stor grad. De to siste folkemøtene inkluderer flere innlegg fra salen. Dette er en klar bruk av episodiske tolkningsrammer, ettersom disse innleggene hovedsakelig dreier seg om enkeltindividers opplevelser. Det er imidlertid tydelig at hensikten med disse innleggene er at de skal knyttes til et mer allment problem. Altså, siden én person sliter med å få sin gründervirksomhet på beina, gjelder det sannsynligvis andre gründere også. Dermed er disse innleggene noe annerledes enn TV2s bruk av lignende innlegg i 2005 og 2009. Likevel går slike innlegg under en episodisk tolkningsramme, og det ser ut til at dette kan ha vært store deler av fokuset for folkemøtene i 2013. Likevel benytter ikke åpningsdebatten seg av en slik tolkningsramme. Dermed har dette første folkemøtet et større preg av en *tematisk tolkningsramme*.

Også i 2013 består det konkrete perspektivet folkemøtene av en *kritisk tolkningsramme*. Bruken av de episodiske tolkningsrammene kan også sies å forsterke denne kritiske tolkningsrammen, i den forstand at de bruker publikums røster til å underbygge argumenter, eller til å kritisere gjeldende politikk. Det er tydelig at en kritisk tolkningsramme blir valgt allerede innledningsvis, spesielt i de to siste folkemøtene. For eksempel, så innleder Håkonsen helsedebatten på denne måten: *"Stadig flere kommer på sykehus og får behandling, likevel så vokser køene. Hva er det som egentlig skjer? Og er det sann at vi kanskje må begynne å si 'nei' til noe i helse-Norge for å få råd til å hjelpe de som trenger det aller mest?"* Deretter velger han å gå direkte til innlegg fra publikum, og selve debatten må vente. Dermed får man flere kritiske røster til å uttale seg før debatter setter i gang, noe som forsterker denne tolkningsrammen.

*Konfliktrammen* benyttes til en viss grad i Håkonsens folkemøter, men ikke av programlederen selv. Dette kommer hovedsakelig til syne i måten NRKs redaksjon har valgt å gjennomføre debatten. Som vi så i forrige kapittel, består folkemøtene i 2013-valgkampen av debatter hvor politikerne står i et panel, blokkvis og i en duellform. De to sistnevnte er de to formene som tydeliggjør denne konfliktrammen. Det blir lagt opp til at de to politiske blokkene skal diskutere som politiske motstandere. Som tidligere nevnt, bruker politikerne store deler av sin taletid på å kritisere de andre partienes politikk. At NRK bestemmer at politikerne i tillegg skal plasseres blokkvis, bidrar til å forsterke diskusjonen mellom blokkene. Dette synliggjøres også i introduksjonen til folkemøtene, som består av en grafikk som viser to trekanten som representerer henholdsvis den rødgrønne og den borgerlige

blokken. De spisse endene i trekantene skal representere skarpe skiller mellom blokkene. Videre består samtlige dueller av en representant fra Arbeiderpartiet og en representant fra Høyre, noe som underbygger den politiske striden mellom de to partiene som har statsministerkandidatene. Det er imidlertid viktig å påpeke at denne rammen kommer til syne i formatet som fjernsynskanalen bestemte på forhånd, men ikke i debattlederstilen til verken Håkonsen eller Solheim.

En tolkningsramme man derimot ser lite til i dette valgåret, er *assosiasjonsrammen*. Programlederne knytter aldri en spesifikk sak til en bestemt politiker, men lar som oftest ordet gå slik at alle får muligheten til å uttale seg. Selv om denne tolkningsrammen har vært tydelig i tidligere valgår, er den ikke tilstede her.

Videre er det en *saksramme* som preger folkemøtene i 2013. Det er imidlertid noen av elementene som kan sies å tilhøre i en politisk spillramme, som inndelingen av partiene i blokker, samt duellene. Likevel preger ikke dette debattene i en så sterk grad at folkemøtene i sin helhet kan sies å passe inn i denne kategorien. Programlederrollene til Håkonsen og Solheim forsterker også saksrammen.

## **4.6 Hvordan påvirker programlederen debatten?**

Som dette kapittelet har vist, inntar programlederen flere roller som påvirker gangen i debatten. For å besvare problemstillingen som ble gjort rede for innledningsvis, vil det følge en tabell hvor programledernes roller i perioden 2001-2013 legges sammen. På denne måten vil det bli tydelig hvilke roller som er benyttet mest. Deretter vil det følge en tabell med de benyttede tolkningsrammene for å belyse anvendelsen av disse i samme tidsperiode. Avslutningsvis vil jeg besvare problemstillingen basert på kapittelets analyse.

Tabell 4.6 – Programledernes roller 2001-2013\*

| <b>Roller</b> | <b>Benyttet antall<br/>ganger<br/>X</b> | <b>Benyttet antall<br/>ganger<br/>x</b> | <b>Sum</b> |
|---------------|---|---|------------|
| Ordstyreren   | 6                                       | 2                                       | 8          |
| Kritikeren    | 7                                       | -                                       | 7          |
| Underholderen | 1                                       | 1                                       | 2          |
| Kamplederen   | 3                                       | 3                                       | 6          |

\*) Rollene er lagt sammen basert på hver enkelt programleder, ikke hvert enkelt valgår.

Det man umiddelbart legger merke til i tabell 4.6, er at to av rollene har blitt benyttet mest. Som nevnt innledningsvis, var det en antakelse for dette kapittelet at programlederne inntok ulike roller i debattene for å supplere hverandre. En interessant observasjon er derfor at programlederne i hvert valgår stort sett inntar mange av de samme rollene. En forklaring på dette fenomenet kan være at programlederne stort sett går inn og ut av de forskjellige rollene, og at de gjør dette på ulike tidspunkter. En annen forklaring er, som jeg var inne på innledningsvis, at folkemøtene er godt planlagt på forhånd av fjernsynsredaksjonene. Dette innebærer at programlederne må forholde seg til formatet som er valgt, noe som fører til at de begge inntar de samme rollene. Anvendelsen av rollene er riktignok noe ulik. Dette er nok ettersom programlederne skal komplementere hverandre – ikke være identiske.

Innledningsvis ble det hevdet at *ordstyreren* var en av rollene som ville kunne bidra til at seerne fikk god informasjon av å se på folkemøtene. Tabell 4.6 viser at denne rollen har blitt benyttet av samtlige programledere, men i ulik grad. Det er likevel positivt at rollen er anvendt i alle valgår. En slik rolle er naturlig i et folkemøte, ettersom den sikrer at alle politikerne får ordet underveis. Videre ser man at *kritikeren* også er benyttet ekstensivt, også denne blir anvendt på ulike måter. Det har vist seg at rollen ikke alltid har fokus på å være informasjonsfremmende. Til tider er den heller i overkant kritisk. Likevel kan man se det som positivt at denne rollen brukes aktivt, siden en kritisk journalistikk kan gi seerne bedre informasjon. Som vi så overfor blir denne rollen hovedsakelig anvendt for å få frem svar hos politikerne, riktignok med et par unntak. Basert på tabell 4.6 ser det altså ut til at programlederne hovedsakelig inntar roller som er informasjonsfremmende. Det har imidlertid vist seg at programlederen inntar flere roller i løpet av en debatt. Dermed er ikke en mye

benyttet ordstyrerrolle synonymt med at hele folkemøtet er informativt for publikum, noe analysen tydelig har vist. For å belyse dette ytterligere vil det være hensiktsmessig også å se på tolkningsrammene som har blitt benyttet.

Tabell 4.7 – Benyttede tolkningsrammer 2001-2013

| Tolkningsrammer          | Benyttet av programleder | Benyttet kun i formatet |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Episodisk tolkningsramme | 3*                       | -                       |
| Tematisk tolkningsramme  | 4*                       | -                       |
| Kritisk tolkningsramme   | 5                        | -                       |
| Konfliktramme            | 2                        | 3                       |
| Assosiasjonsramme        | 3                        | 4                       |
| Saksramme                | 3                        | -                       |
| Politisk spillramme      | 2                        | -                       |

\*) To folkemøter i 2013 var episodisk, et folkemøte i 2005, samt alle folkemøtene til TV2<sup>10</sup> til tross for én programleder per valgår.

I kapittel én hevdet jeg at siden nyhetsbildet hovedsakelig er preget av *episodiske tolkningsrammer*, ville det være sannsynlig at *tematiske tolkningsrammer* ble brukt i større grad i debatter. Etter den empiriske gjennomgangen, viser det seg at dette ikke nødvendigvis stemmer. Episodiske tolkningsrammer er hyppige innslag i folkemøtene, noe man spesielt ser i TV2s folkemøter i 2005 og 2009, samt i NRKs i 2013, og til en viss grad i 2005. Det er imidlertid også en utbredt bruk av tematiske tolkningsrammer. Likevel kan man argumentere for at slike valgprogrammer er en ypperlig mulighet for å diskutere politiske temaer mer inngående. At man da velger å bruke episodiske tolkningsrammer, hindrer politikerne i å gjøre nettopp dette.

I denne sammenheng er det også interessant at *konfliktrammen* ikke blir brukt i noe særlig grad. Denne rammen benyttes tre ganger i selve formatet, og to ganger av programlederene. Når programlederne anvender denne tolkningsrammen, synliggjøres dette i form av spørsmål til blokkene om politiske stridstemaer og lignende. Derimot blir den *kritiske tolkningsrammen* benyttet i alle valgårene, på begge kanaler. Dette er stort sett positivt, ettersom det viser at

<sup>10</sup> Dette innebærer at summen for tematiske og episodiske tolkningsrammer til sammen blir syv, i stedet for åtte, som er antallet programledere.



programlederne er på hugget og er kritiske til det politikerne sier. Dette kan også ses i sammenheng med programlederrollene, hvor vi ser at rollene som *ordstyreren* og *kritikeren* benyttes mest. Dette tydeliggjør at programlederrollen og tolkningsrammene henger sammen. Derfor har også *saksrammer* blitt benyttet mer enn *politiske spillrammer*. Likevel er det tankevekkende at politiske spillrammer benyttes i 2001 og i 2005 i regi av NRK. At NRK tillater bruk av denne tolkningsrammen er spesielt, ettersom de har et samfunnsoppdrag ovenfor seerne. Som nevnt, tilsier deres formålsparagraf og samfunnsoppdrag at deres oppgave er å opplyse seerne om politiske partier, noe de gjør i liten grad de to første valgårene. Likevel er utviklingen positiv, ettersom denne tolkningsrammen ikke anvendes de to siste stortingsvalgene.

For å returnere til programlederens rolle i debatten, er det tydelig at folkemøtenes informasjonsformidling er avhengig av hvem som er programleder. Det store spørsmålet er hvorvidt dette er grunnet programlederens karakteristikk i seg selv, eller om det er en følge av at redaksjonen utvikler folkemøtekonseptet. Svaret er nok at redaksjonen spiller en større rolle enn man får inntrykk av på skjermen. Ettersom de fleste programlederne fra 2001 og frem til 2013 har mye av den samme bakgrunnen, virker det usannsynlig at deres karakteristikk som journalister spiller en stor rolle. Den personen som blir programleder for folkemøtet blir etter all sannsynlighet valgt fordi han eller hun passer inn i det formatet som har blitt bestemt på forhånd. Som vi så i forrige kapittel er selve formatet en høyst essensiell del av hvordan folkemøtet arter seg. Når redaksjonen i tillegg velger en programleder som forsterker formatet, er det tydelig at han eller hun også får en vesentlig rolle i debatten, med god mulighet til å påvirke folkemøtets rammer. Som vi ser i analysen, påvirker altså programlederen debatten i stor grad, både i form av rollene han eller hun inntar og i form av de tolkningsrammene personen benytter seg av i debatten. Dette har også følger for hvor god tilgang seerne vil få til informasjonen i folkemøtene. Likevel er det altså viktig å huske på at hvordan programlederne leder folkemøtene, synliggjør redaksjonens virkemåte overfor seerne.

For å forstå hvordan programlederne påvirker folkemøtene, og hvorfor både dette og formatet er viktig for seernes informasjonstilgang, vil det være hensiktsmessig å diskutere og sammenligne funnene fra de to analysekapitlene. Det neste, og avsluttende, kapittelet vil

derfor ta for seg hovedfunnene fra kapittel tre og fire, for så å diskutere det opp mot den overordnede problemstillingen for denne oppgaven.

## 5 “Let me entertain you”?

Formålet med denne oppgaven var å undersøke om NRK og TV2, som nyhetsformidlere, bidro til opplyst forståelse hos velgerne, ved å ta utgangspunkt i de fjernsynssendte folkemøtene i perioden 2001-2013. Bakgrunnen for en slik undersøkelse er at det blir hevdet at mediene har for stor makt på den politiske arenaen, og spesielt under valgkampen. Det er mediene som bestemmer hvilke saker vi skal tenke på, hvordan vi skal tenke på dem, og hvordan vi skal evaluere politikerne. Spesielt har fjernsynet hatt en fremtredende rolle, og det er blant annet her velgerne henter informasjon som danner grunnlaget for deres stemmegivning (jf. kapittel 1). Hensikten med denne oppgaven har derfor vært å analysere et av de viktigste valgkampprogrammene i den norske fjernsynsvalgkampen for å undersøke om mediene benytter denne makten til å gi velgerne god informasjon om de politiske alternativene. Som nevnt i kapittel to, er folkemøtene det valgkampprogrammet som samler flest seere. Videre er folkemøtene spesielle ettersom de ofte er et av hovedprogrammene i valgkampen, og har derfor som hensikt å samle flere politiske partier for å diskutere et overordnet tema. På denne måten skal seerne få informasjon om de ulike partienes holdninger. Dette innebærer at folkemøtene er samlende, i den forstand at publikum kan se på én debatt med flere partier, i stedet for enkeltprogrammer hvor ett parti deltar av gangen. På bakgrunn av dette, har problemstillingen for denne oppgaven vært som følger:

*”I hvilken grad og på hvilken måte tilfredsstiller NRK og TV2 kravene til opplyst forståelse og hvordan har deres dekning av valgkampen utviklet seg over tid?”*

I de to foregående kapitlene har jeg analysert folkemøtenes format og programlederens rolle for å belyse hvordan disse to elementene kan påvirke seernes forståelse av partienes politikk. Som nevnt innledningsvis i denne oppgaven, er informasjonsformidlingen i folkemøtene et understudert felt. Allern (2011) har riktignok studert folkemøtene som en del av boken *Fjernsynsvalgkampen*. I hans studie var derimot folkemøtene en del av flere valgprogrammer, og han gikk derfor ikke spesifikt inn i folkemøtets rolle som informasjonsformidlere. I tillegg valgte Allern ett folkemøte fra hver kanal for hvert valgår. Det innebærer at hans studie ikke gikk i dybden på samtlige folkemøter i de ulike valgårene. Videre er det flere av studiene vi nevnte innledningsvis som har tatt for seg visse aspekter rundt medialisering av politikken, spesielt i forbindelse med valgkampen og fjernsynets rolle. Men heller ikke disse har hatt et

spesifikt mål om å studere informasjonsflyten ut til seerne. I tillegg til dette, er flere av studiene gjort for en tid tilbake. På grunn av dette har denne oppgaven inkludert nyere valg, noe som kan bidra til å aktualisere fjernsynets rolle og, ikke minst, deres informasjonsformidling. Derfor vil jeg i dette kapittelet trekke frem noen av de spesielt interessante funnene og diskutere disse mer inngående. Hovedfunnene for oppgaven vil diskuteres opp mot det teoretiske bakteppet for å besvare problemstillingen.

Før jeg går inn på det teoretiske aspektet ved denne oppgaven, vil jeg først og fremst minne om hovedfunnene fra analysen. Hovedfunnene kan oppsummeres som følger:

- ❖ NRKs folkemøter i 2001 og 2005 hadde en særdeles dårlig informasjonsflyt ut til seerne. Spesielt gjaldt dette for ”underholdningsåret” 2005.
- ❖ NRKs folkemøter i 2009 og 2013 snudde denne trenden, og ble mer informative for seerne. Likevel inneholder også disse sendingene visse elementer som hindrer noe av informasjonsflyten ut til seerne. Spesielt gjelder dette bruken av individeksempler og oppstyking av debatten. Denne tendensen gjaldt også for TV2s sendinger i begge valgårene.
- ❖ Både NRK og TV2s utvelgingsprosess påvirker i stor grad de mindre partiene. De små partiene får ikke delta på lik linje med de større partiene, i tillegg til at de sjelden får diskutere saker de har høy troverdighet på.
- ❖ Fjernsynets dagsorden har vært overraskende lite i forandring. Dette er en sterk motsetning til velgernes dagsorden, som har vært i kontinuerlig forandring.
- ❖ Programlederen har en sterk påvirkning på gangen i debatten. I denne sammenheng inntar han eller hun flere roller som forsterker folkemøtets format. Spesielt ble rollen som *ordstyrer* og *kritiker* benyttet.
- ❖ Tolkningsrammer er et hjelpemiddel programlederne anvender til stadighet. Tolkningsrammen som ble benyttet i størst grad av programlederne, var en *kritisk tolkningsramme*. I tillegg kunne man se at tolkningsrammer også var lagt inn i folkemøtets format. *Assosiasjonsrammen* er i denne sammenhengen den tolkningsrammen som ble anvendt mest.
- ❖ Selv om en *tematisk tolkningsramme* ble mest brukt i folkemøtene, er det overraskende at også en *episodisk tolkningsramme* ble anvendt i flere av programmene. Dette gjelder spesielt siden de episodiske tolkningsrammene har blitt brukt i de siste folkemøtene.

## 5.1 Fjernsynets rolle og påvirkning

I lys av funnene fra de empiriske analysene, vil det være hensiktsmessig å vende blikket mot det teoretiske bakteppet for denne oppgaven. Dette fordi funnene vil kunne ha implikasjoner for hvorvidt fjernsynets informasjonsformidling er tilstrekkelig for velgerne, i den forstand at de får god informasjon av å se på valgprogrammene. Videre vil det være viktig å belyse hvorvidt mediene egentlig har så stor påvirkningskraft som man skulle tro.

Som vi så i kapittel én, har mediene fått økt makt siden partipressens tid. Dette er spesielt tilfellet for fjernsynet, som gav politikerne en unik mulighet til å nå bredt ut i valgkampen. I utviklingen av mediene ble også journalismen profesjonalisert og journalistene tok på seg et samfunnsoppdrag, hvor målet deres var å opplyse befolkningen. Som nevnt, er også dette idealet om en opplyst offentlighet ett av Dahls (1998:37) kriterier for et velfungerende demokrati. Dette innebærer at velgerne er avhengige av at journalistene opprettholder denne samfunnskontrakten. Basert på den empiriske analysen, fant vi at programlederne inntok roller som underbygget et *public service*-ideal. Det vil si at programlederne benyttet seg av roller som hadde forutsetninger for å gi god informasjon til velgerne. Til gjengjeld så vi også en utbredt bruk av det noen vil hevde var en *for* kritisk programleder, samt anvendelsen av andre roller som minsket informasjonsflyten ut til velgerne. I det øyeblikket dette skjer, noe som var tilfellet hos NRK i 2001 og 2005, og til en viss grad hos TV2 i 2009, kan man spørre om journalistene har sviktet sitt samfunnsoppdrag. Selv om dette kan føre til mer underholdning og høyere seertall, kan det være på bekostning av informasjonsformidlingen.

Her er det imidlertid viktig å minne om at vi har sett en utvikling over tid, spesielt hos NRK. Folkemøtene har i de siste to stortingsvalgkampene hatt et mer saksorientert preg. NRK fikk betydelig kritikk, både fra kommentatorer i mediene og fra politikere, etter ”Brød og Sirkus”-variantene av folkemøtene i 2005, samt fortsettelsen av disse folkemøtene i lokalvalgkampen i 2007 (Allern 2011:304–305). Denne kritikken bestod hovedsakelig av et negativt syn på all den underholdningen som gjennomsyret folkemøtene, og flere etterlyste de gamle utspørringene hvor partiene måtte svare for seg. Dette bidro imidlertid til at NRK skiftet retning og fokuserte på sak i stedet for underholdning i den følgende stortingsvalgkampen. Det er slik at både NRK og TV2 eksperimenterer i stor grad med sine valgsendinger. Kanalene forandrer både typen programmer, formatet til andre programmer, og ikke minst programledere. Analysen viste at folkemøtene fikk en formatendring som kom til syne ved at

man så mindre til underholdningsaspektet i 2009 og 2013. Det er derfor tydelig at fjernsynskanalene også ser nødvendigheten av et mer saksorientert folkemøte i valgkampene. Likevel ser man at fjernsynskanalene ikke har nedprioritert elementer som kan tiltrekke seere. I den empiriske analysen så vi tydelig at individeksempler var viktige innslag. Dette var ofte noe som førte til en oppstykkning av debatten og som hindret flyt, men som sannsynligvis gjorde det mer interessant å se på for de der hjemme. Dette innebærer at når informasjonsverdien tas i betraktning, er det fortsatt forbedringspotensial i folkemøtene for å bedre informasjonsflyten ytterligere.

Selv om det er lite forskning som tilsier at medienes makt har sunket de siste årene, har ett av funnene i denne studien vist at forholdet mellom mediene og velgerne er noe mer komplekst enn først antatt. Teorien om *agendasetting* er basert på forskning som sier at mediene setter dagsorden. Det er de som bestemmer hvilke saker som skal diskuteres i løpet av valgkampen. Forskning har også vist at dette har ført til at velgerne har ansett de sakene mediene har satt på dagsorden som viktige (Scheufele og Tewksbury 2007:11). Funnene i denne oppgaven viser imidlertid at dette ikke gjelder for folkemøtene. Basert på Valgundersøkelsene fra 2001-2009, så vi at velgernes dagsorden i stor grad har forandret seg i den nevnte perioden. Likevel har tematikken til folkemøtene vært overraskende lik i samtlige valgår. Her er det naturligvis viktig å påpeke at folkemøtene kun er en liten del av alt valgstoffet som kommer fra mediene i løpet av valgkampen. Dette funnet er dermed ikke generaliserbart for medienes dagsorden generelt. Likevel har man sett lignende tendenser i andre studier. I følge Aardal (1999:353–354) har mediene naturligvis stor innflytelse på hvilke saker som kommer på dagsorden. Til tross for det ser man at velgernes og medienes dagsorden ikke nødvendigvis stemmer overens; mediene kontrollerer ikke hva den enkelte velger er opptatt av. Dette innebærer altså at velgernes dagsorden er mer kompleks enn medienes dagsorden. Disse funnene er spesielt interessante ettersom det kan være et tegn på at teorien om *agendasetting* ikke nødvendigvis gjelder for media generelt. Selv om mediene kontrollerer informasjonen velgerne får gjennom disse kanalene, er velgerne fortsatt individer med egeninteresser.

I den forbindelse er teorien om *sakseierskap* viktig. I det første kapittelet så vi at velgervolatilitet er en økende trend, hvilket fører til at saker stadig blir viktigere under valgkampen. Velgerne baserer gjerne sin stemmegivning på hvilket parti de anser for å ha best politikk i de sakene som er viktige for dem, i stedet for å basere stemmegivningen på

lojalitet til et parti. For partiene innebærer dette at de må kunne vise velgerne at det er de som har de beste løsningene på det gitte området. Et av folkemøtenes konsepter fra starten, var at de skulle omhandle ett begrenset tema. Dette temaet skulle i tillegg bestemmes kort tid i forveien, slik at de kunne gjenspeile de sakene som hadde vist seg som viktig i valgkampen (Allern 2011:201). Et noe overraskende funn i analysen, var derfor at folkemøtenes overordnede temaer ikke var spesielt varierende i de ulike valgårene. Til sammen var det kun seks overordnede temaer på sendingene, mens antallet folkemøter i perioden 2001-2013 var 17. Dette førte til at flere av partiene ikke fikk diskutere saker hvor de hadde høy tillit blant velgerne. I tillegg var det sjelden at samtlige partier var representert i sendingene, noe vi så at gikk spesielt utover de mindre partiene. Som analysen viser, er det spesielt de store partiene som nøy godt av fjernsynskanalenens utvelgelsesprosess. De får delta i samtlige debatter, og vil derfor akkumulere mer taletid som kan benyttes til å overtale velgerne til å stemme på dem. Det er derfor også naturlig at det er lettere for dem å opparbeide seg sakseierskap på flere saker, noe man så at Arbeiderpartiet klarte å utnytte i 2005. I dette valgåret greide nemlig Arbeiderpartiet å opparbeide seg et sakseierskap på flere vesentlige politikkområder (se side 51-52). Man kan derfor argumentere for at folkemøtene er en vanskelig arena for de mindre partiene når det gjelder å opparbeide seg et sakseierskap på flere områder.

Siden de største partiene har en selvskreven plass i folkemøtene, er det vesentlig for de mindre partiene å få delta i debatter hvor saker de har tiltro på diskuteres. Dette er blant annet på grunn av *assosiasjonseffekter*. Dette innebærer at måten saker blir diskutert i debatter, og ikke minst hvem som deltar i disse diskusjonene, vil gi velgerne assosiasjoner. Eksempelvis, så er Senterpartiet det partiet i Norge som er mest opptatt av distriktspolitikk. Hvis de får uttale seg i de tilfellene hvor distriktspolitikk spiller inn, vil man assosiere dette partiet med denne saken (jf. kapittel 1). Det samme kan for eksempel også sies om Fremskrittspartiet og innvandringspolitikk. Mens de store partiene har muligheten til å uttale seg og diskutere flere ulike saker i debattene, er det spesielt viktig for de små partiene at de får diskutere sakene hvor de både kan vinne nye velgere, og ikke minst holde fast på de gamle. Analysen i kapittel tre støttet opp om dette, og viste at de små partiene ofte måtte benytte sin taletid på å vri den diskuterte saken inn på deres sakseierskapsfelt. På denne måten skapte de assosiasjoner hos seerne, selv om selve debatten omhandlet et annet tema.

Et annet viktig element i denne sammenheng, er hvordan partiene blir fremstilt i debattene. Det blir ofte hevdet at regjeringspartiene ofte får mer kritiske spørsmål og mer å svare for i fjernsynsdebatter. Likevel fant ikke denne studien noe tegn på at fjernsynskanalene la opp til dette. Der programleiderne var kritiske, var de stort sett det mot samtlige partier. Det var imidlertid visse elementer som kan minne om at regjeringspartiene fikk skylden for tingenes tilstand. Spesielt gjaldt dette i de tilfellene der det ble benyttet individeksempler hvor man ikke spesifiserte hvem som hadde skylden for denne personens problem. I disse tilfellene er det tydelig at det er regjeringspartiene som må forsvare hvorfor visse ting har skjedd, eller hvorfor enkelte ting i systemet ikke fungerer slik det bør. Dersom debattene inneholder slike elementer, er det sannsynlig at regjeringspartiene vil bli negativt assosiert med sakene som blir diskutert.

Assosiasjonseffektene som skapes i debattene, må ses i sammenheng med hvilke *tolkningsrammer* fjernsynskanalene benytter seg av i debattene. Det teoretiske grunnlaget for denne oppgaven viste at tolkningsrammer benyttes for å fjerne kompleksiteten fra sakene som diskuteres, slik at seerne skal forstå saken raskere. Videre velges bestemte rammer slik at publikum skal tolke debatten på en viss måte. Teorien om tolkningsrammer tilsier at mediene bestemmer hvordan vi skal tenke om diverse saker. Den empiriske analysen i denne oppgaven viste at tolkningsrammer ble benyttet aktivt, både av fjernsynskanalene og av programleiderne. Førstnevnte flettet inn tolkningsrammer i selve formatet, for eksempel i form av hvordan de plasserte politikerne i forbindelse med en *konfliktramme*. Sistnevnte benyttet derimot tolkningsrammene i kombinasjon med rollene de selv inntok, hvor disse rammene ble en del av programlederskikkelsen. For eksempel blir debatten påvirket dersom programlederen la opp til en politisk spillramme i stedet for en saksramme, ettersom en slik debatt vil være mer underholdende enn informerende. Det samme gjelder dersom programlederen velger å fokusere i stor grad på episodiske tolkningsrammer, heller enn tematiske. Det er i tillegg tydelig at assosiasjonseffekter og tolkningsrammer i stor grad henger sammen, ettersom anvendelsen av tolkningsrammer gjerne skaper assosiasjonseffekter hos seerne. Dersom programlederen bruker mye tid på å legge vekt på konflikter mellom to partier, hvor fokuset spesielt blir på ett partis politikk, vil dette skape assosiasjoner hos seerne. For eksempel var dette tilfellet i 2005, da Knut Olsen brukte mye tid på uenighetene i skolepolitikken mellom Høyre og SV. Sistnevnte fikk riktignok mest ut av denne konfliktrammen, ettersom store deler av debatten dreide seg om deres skolepolitikk – ikke Høyres.



## 5.2 Funnenes implikasjoner

I kapittel én var det tydelig at tendensen i tidligere forskning om norske forhold var at mediene hadde stor påvirkning, spesielt når det kom til innflytelsen i valgkampen og på dagsorden. Det finnes naturligvis nyanser innen litteraturen, og noen konklusjoner har vært mer negative enn andre. Jenssen og Aalberg (2007) konkluderte i sin studie *Den medialiserte politikken* med at norsk mediedekning var lite informativ, ettersom den sjelden klargjorde hva partiene hadde gjort eller ønsket å gjøre. Videre hevdet de at fjernsynssendte debatter ikke har funnet balansen mellom underholdning og informasjon. Med andre ord, forfatterne gir en særdeles pessimistisk konklusjon når det gjelder medienes informasjonsformidling. Basert på denne oppgaven, er det lite tvil om at det er fjernsynskanalene som legger føringer for debattene, og ikke politikerne. Det er heller liten tvil om at kanalenes folkemøter til tider har vært lite informative. Likevel er det et viktig poeng at Jenssen og Aalbergs studie ble avsluttet etter stortingsvalgkampen i 2005. Det innebærer altså at denne oppgavens analyse inkluderer to valgår mer enn deres studie. Som vi har sett flere ganger, snudde denne trenden med lite informative folkemøter i 2009, især hos NRK. Det finnes naturligvis visse innslag i folkemøtene som hindrer informasjonsflyten ut til seerne, men i forhold til i de tidligere folkemøtene, har dette i stor grad blitt forbedret. Det er tydelig at fjernsynskanalene anser folkemøtene mer som en debattarena, enn en underholdningsarena i de senere år. Basert på denne analysen, kan man argumentere for at trenden med underholdende folkemøter har snudd. Dette innebærer også at de pessimistiske synene på medienes informasjonsformidling kanskje bør revurderes.

Det finnes naturligvis fortsatt elementer i folkemøtene som bør anses som et problem. Et av disse er ekskluderingen av mindre partier. Som nevnt, favoriserer fjernsynskanalenes utvelgingsprosesser de store partiene, mens de små blir holdt utenfor. Dette er problematisk for de mindre partiene på Stortinget, og ikke minst de partiene som ikke er representert der, ettersom disse konsekvent blir utelatt fra folkemøtene. Det største problemet gjelder naturligvis de partiene som mister synlighet overfor velgerne. Det mindre åpenbare problemet er av demokratisk art, nemlig at velgerne mister informasjon om alternativer å stemme på. Det finnes betydelig flere partier i Norge enn de som er representert på Stortinget. For at disse skal oppnå en viss størrelse, er det essensielt at de synes under valgkampen. Som vi så i kapittel én, er fjernsynet den plattformen som favner flest velgere. Det er også her de aller fleste velgerne innhenter informasjon om de politiske alternativene. Hensikten til

valgprogrammer er i tillegg at de skal opplyse. Når man ekskluderer partier kun fordi de er små, vil dette bryte med prinsippet om at kanalene har et informasjonsansvar ovenfor seerne. Å unndra informasjon for offentligheten må anses som et demokratisk problem. Likevel er det viktig å ta i betraktning at fjernsynskanalene også må ta hensyn til at debattene skal ha en viss sendingstid, og ikke minst være publikumsvennlige. Å invitere samtlige partier i Norge til en fjernsynssendt debatt er sannsynligvis oppskrift på kaos. Dette forklarer i stor grad hvorfor kanalene innførte regelen om at kun stortingspartier kunne delta i debattene. Om man først skulle ta med ett parti, burde man solidarisk sett tatt med alle. På denne måten er det en viss målestokk for hvem som kan delta. Dette gir også de partiene som deltar muligheten til å vise frem seg og sin politikk.

Det som derimot er vanskeligere å forklare, er hvorfor de mindre partiene som er representert på Stortinget blir ekskludert fra visse debatter. I både åpningsdebatter og partilederdebatter inkluderes alle partier som er representert på Stortinget. Også i andre folkemøter har det vært et fulltallig panel. Det synes derfor ikke å være en spesiell grunn til at enkelte partier blir invitert til noen folkemøter, men ikke til andre. Sannsynligvis baserer redaksjonene invitasjonene på hvorvidt partiene er kjent for å ha stor troverdighet på området, og ikke minst om den inviterte politikeren er karismatisk. Innen valget i 2001 hadde både NRK og TV2 gått over til å bestemme hvilke politikere som skulle få delta i debatten. Dette blir omtalt som *pragmatisk journalistikk*, hvor målet er å høyne seertallene ved å velge temaer og politikere som bidrar til dette (Allern 2011:253). Man kan argumentere for at dette er et av de største informasjonssvikene til folkemøtene, også etter 2005; de mindre partiene blir ofte ekskludert og mister sin mulighet til å informere velgerne om sin politikk. Det er imidlertid et poeng at denne argumentasjonen kun er basert på folkemøtene i denne analysen. Om man ser på NRK og TV2 i løpet av valgkampen, finnes det et bredt utvalg av valgprogrammer hvor også andre partier er representert. Denne argumentasjonen kan ikke nødvendigvis overføres til andre valgprogrammer. Men ettersom folkemøtene er et av de mest sette valgprogrammene i løpet av valgkampen, er det et tankekors at redaksjonene velger å ekskludere mindre partier, selv om de er representert på Stortinget. Dette går spesielt i mot den nevnte samfunnskontrakten som i utgangspunktet skal være et journalistisk mål.

Et annet sentralt poeng i denne debatten, er hvilken type folkemøter som tiltrekker seg flest seere. Folkemøtene er altså det mest sette valgprogrammet, med et gjennomsnitt på 629.200

seere fordelt på valgårene i analysen<sup>11</sup>. I alle valgårene er det tydelig at det er det første, og ofte det siste, folkemøtet som samler flest seere. Grunnen til dette kan være at det første folkemøtet anses som mest spennende, ettersom denne sendingen markerer startskuddet for fjernsynsvalgkampen. Underveis i valgkampen får man informasjon om de politiske partiene fra flere kanaler, både andre valgprogrammer, fra aviser, internett og så videre. De siste debattene er avslutningen på fjernsynsvalgkampen, og i denne perioden er det flere velgere som fortsatt ikke har bestemt seg for hva de skal stemme. Forskning har vist at denne siste debatten kan påvirke velgernes stemmegivning (jf. kapittel én), noe som forklarer hvorfor seertallene er høye også her. Om man ser på seertallene (se Vedlegg 2), er det umiddelbart et par ting som skiller seg ut. Det ene er at folkemøtet til NRK i 2009 hadde høyest seertall, dersom man sammenligner med gjennomsnittstallene til de andre valgårene. Likevel er det viktig å ta i betraktning at NRK kun sendte ett folkemøte denne valgkampen, og vi har derfor ingen gjennomsnittstall. Trenden i de andre valgårene har vært at seertallene har gått ned i de påfølgende sendingene, noe som innebærer at det sannsynligvis også ville skjedd her. Det er likevel et positivt tegn at det folkemøtet som tok en mer saksorientert vending har hele 668.000 seere, altså godt over gjennomsnittstallene. Også seertallene fra 2005 skiller seg ut. Dersom man ser bort fra seertallet i 2009, er 2005 det året med flest seere i gjennomsnitt. Faktisk hadde dette valgåret over 60.000 flere seere i gjennomsnitt enn folkemøtene i 2013! Dette viser at underholdning er noe som tiltrekker seere, selv om det går på bekostning av saksinnholdet i debattene. Det er tydelig at kanalene står overfor et dilemma i planleggingen av valgsendingene. Dersom de har saklige debatter vil de ha en god informasjonsformidling, men om de velger mer underholdende sendinger vil de muligens få høyere seertall. Fra et demokratiteoretisk perspektiv, er det liten tvil om at det første ville vært mest formålstjenlig for velgerne. Analysen i denne oppgaven synes å indikere at fjernsynskanalene har begynt å mene det samme.

### 5.3 Veien videre

At medienes påvirkning er gjenstand for mye forskning, hersker det liten tvil om. Men, som vi har vært inne på, har ikke folkemøtene blitt forsket på i særlig grad. Alternativer til denne studien, samt veien videre er derfor noe jeg vil belyse i denne avsluttende delen av oppgaven.

---

<sup>11</sup> Med tall fra kun to av TV2s folkemøter i 2005, ettersom dette var alt de hadde tilgjengelig.

Et alternativ dersom man skulle analysert folkemøtene på nytt, ville vært å sette søkelyset på politikerne. I denne sammenheng ville det vært interessant å se hvordan programledernes og politikernes dynamikk påvirket gangen i debattene. "Mediespiralen" er et velkjent begrep innen dette forskningsfeltet. Begrepet innebærer at politikere og journalister inngår i en evig runddans når det gjelder å tilpasse seg hverandres makt (Jenssen 2007:11). Kan det dermed tenkes at politikerne også spiller en rolle i informasjonsflyten ut til velgerne? Muligens er det slik at de velger å ikke snakke om de tunge detaljene for at seerne skal oppfatte deres politikk lettere. Kan man da hevde at det kun er mediene som hindrer informasjonsformidlingen? Et annet grep, som Anne Krogstad (2004) benyttet seg av etter valget i 2001, ville være å studere den retoriske delen av folkemøtene; hva slags retorikk benytter politikerne i denne sammenheng? Her kunne man naturligvis også hatt et fokus på programlederens retorikk. Hovedgrunnen til at det ville vært hensiktsmessig å inkludere politikerne, er fordi disse har tilpasset seg politikkens medialisering, i den såkalte medialiseringsspiralen (Jenssen 2007:11). Dette innebærer imidlertid ikke at politikerne bare føyer seg etter fjernsynets diktering i debatten, men at de tilpasser seg formatet og betingelsene som presenteres. Hvordan politikerne har tilpasset seg folkemøtenes format de siste valgårene kunne derfor vært en interessant studie.

Likevel, det mest nærliggende og kanskje mest spennende forskningsområdet i disse dager, er hvordan fjernsynet påvirkes av inntoget til sosiale medier. I TV2s folkemøter i 2009 sendte man seernes Twitter-meldinger på bunnen av skjermen, mens de i 2013 nevnte i åpningsdebatten at man kunne diskutere folkemøtene på Twitter dersom man benyttet riktig hashtag. Med andre ord, sosiale medier har begynt å påvirke fjernsynets valgsendinger. Det fjernsynskanalene derimot ikke lyktes med i disse folkemøtene, var å inkorporere sosiale medier i selve sendingene. Twitter-meldingene som ble sendt på tv-skjermen, ble aldri nevnt av programlederen. På denne måten måtte ikke politikerne forholde seg til hva som ble sagt på Twitter i løpet av sendingen. Det virker derfor som om redaksjonene forstår viktigheten av disse nye mediene, men har problemer med å inkludere dem i tradisjonelle debatter. En videre studie på dette området vil derfor være hvorvidt redaksjonene greier å inkorporere slike elementer inn i folkemøtene for at konseptet ikke skal "gå ut på dato". Siden Norge fortsatt har fjernsynet som sin hovedinformasjonskilde under valgkampen, vil det også være hensiktsmessig å studere hvilken betydning sosiale medier vil få i årene fremover. Vil sosiale

medier etter hvert passere fjernsynet når det gjelder hvor velgerne foretrekker å innhente informasjon?

Avslutningsvis vil jeg også påpeke at det også vil være hensiktsmessig å studere folkemøtenes rolle i valgkampene fremover. Disse programmene har altså vært et fast innslag hos NRK siden 1989, mens TV2 også har benyttet seg av formatet. I 2013 var det derimot kun NRK som beholdt folkemøtet i sine valgkampsendinger, noe som viser at TV2 muligens ikke fant programmet like spennende lenger. Spørsmålet blir derfor om TV2 velger å gå tilbake til folkemøtene på et senere tidspunkt, og ikke minst, om NRK fortsetter å ha folkemøtene som en av sine hovedsendinger i valgkampen. Som jeg har vist i denne oppgaven, eksperimenterer redaksjonene med valgsendingene. Det er derfor vanskelig å vite om folkemøtene får beholde sin status i årene fremover, eller om det blir erstattet av et helt nytt format som appellerer på en annen måte. Faren vil i så fall bli at vi mister det ene valgkampprogrammet som tiltrekker seg flest seere, som diskuterer ett overordnet tema, og ikke minst viser forskjellene mellom partiene i løpet av én sending. Likevel, dersom folkemøtene fortsetter å være et fast innslag i fjernsynsvalgkampen, kan dette sitatet sies å minne fjernsynskanalene på deres hensikt: *”Du skal ikke ha andre oppdragsgivere enn en demokratisk offentlighet”* (Eide 2011:120).

# Litteraturliste

Aardal, Bernt (1999a). *Velgere i 90-årene*. Oslo: NKS-forlag

Aardal, Bernt (1999b). "Issue Voting and the Political Agenda: A Spiral of Silence?" i Hanne Marthe Narud og Toril Aalbergs (red.). *Challenges to Representative Democracy: Parties, Voters and Public Opinion*. Bergen: Fagbokforlaget

Aardal, Bernt (2003). *Velgere i villrede: en analyse av stortingsvalget 2001*. Oslo: Damm

Aardal, Bernt, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). (2004). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Aardal, Bernt, Anne Krogstad, Hanne Marthe Narud og Ragnar Waldahl (2004). "Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I Valgkampens Hete: Strategisk Kommunikasjon og Politisk Usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Allern, Sigurd (2004). "Fra politikermakt til journalistmakt: programlederroller i fjernsynsvalgkampen 1961-2009" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Allern, Sigurd (2011). *Fjernsynsvalgkampen: program, deltakere og maktkamp 1961-2009*. Oslo: Pax

Allern, Sigurd og Ester Pollack (2012). "Mediated Scandals" i Sigurd Allern og Ester Pollacks (red.). *Scandalous! The Mediated Construction of Political Scandals in Four Nordic Countries*. Gøteborg: Nordicom

Bergström, Göran og Kristina Boréus (2000). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur

Borre, Ole (2007). "Partiidentifikasjon" i Øyvind Østeruds (red.). *Statsvitenskapelig Leksikon*. Oslo: Universitetsforlaget

Dahl, Robert A. (1998). *On Democracy*. New Haven: Yale University Press

Eide, Martin (1993). *Medievalkamp*. Oslo: Tano

Eide, Martin (2011). *Hva er journalistikk?* Oslo: Universitetsforlaget

Farrell, David M. og Paul Webb (2000). "Political Parties as Campaign Organizations" i Russel J. Dalton og Martin P. Wattenbergs (red.). *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press

Gentikow, Barbara (2005). *Hvordan utforsker man medieerfaringer?: kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-forlaget

George, Alexander L. og Andrew Bennett (2005). *Case Studies and Theoretical Development in the Social Sciences*. Cambridge, Mass.: MIT Press

Gerring, John (2007). *Case Study Research: Principles and Practices*. Cambridge: Cambridge University Press

Grønmo, Sigmund (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget

Hernes, Gudmund (1977). "Det medievidde samfunn" i *Samtiden* (1): 1-14

Hestvik, Hanne (2004). "www.valgkamp2001.no: partier, velgere og nye medier. Ny kommunikasjon?" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Iyengar, Shanto og Donald R. Kinder (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press

Iyengar, Shanto og Adam Simon (1997). "The Gulf Crisis and Public Opinion" i Shanto Iyengar og Richard Reeves' (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, Calif.: Sage

Jenssen, Anders Todal (2007). "Den medialiserte politikken" i Anders Todal Jenssen og Toril Aalbergs (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget

Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2007). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget

Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2004). "På valgkampens slagmark: en eksperimentell studie av medieeffekter" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I Valgkampens Hete: Strategisk Kommunikasjon og Politisk Usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2007). "Den politiske allmenningens tragedie?" i Anders Todal Jenssen og Toril Aalbergs (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget

Karlsen, Rune (2011). "Velgernes valgkamp" i Bernt Aardals (red.). *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm

Karlsen, Rune og Bernt Aardal (2007). "Politisk dagsorden og sakseierskap" i Bernt Aardals (red.). *Norske velgere: en studie av stortingsvalget 2005*. Oslo: Damm

Karlsen, Rune og Bernt Aardal (2011). "Kamp om dagsorden og sakseierskap" i Bernt Aardals (red.). *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm



Kleven, Øyvind (2000). *Demokratiperspektiv på TV-debatter: en studie av Holmgang, Til Debatt og Lønning Direkte*. Hovedfagsoppgave. Oslo: Institutt for Statsvitenskap, Universitetet i Oslo.

Krogstad, Anne (2004). "Fjernsynsvalgkamp" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

McCombs, Maxwell E., Donald L. Shaw og David H. Weaver (1997). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum Associates

McCombs, Maxwell E. og George Estrada (1997). "The News Media and the Pictures in Our Heads" i Shanto Iyengar og Richard Reeves' (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, Calif.: Sage

Miller, Joanne M. og Jon A. Krosnick (1997). "Anatomy of News Media Priming" i Shanto Iyengar og Richard Reeves' (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, Calif.: Sage

Norris, Pippa, John Curtice, David Sanders, Margaret Scammell og Holli A. Semetko (1999). *On Message: Communicating the Campaign*. London: Sage Publications

NRK (2009). *Vedtekter for NRK AS*. Hentet fra: <http://www.nrk.no/nokkeltall/vedtekter-for-nrk-as-1.5392438> [Lesedato: 23.04.2014]

NRK (2013). *40 år med FrP*. Hentet fra: <http://www.nrk.no/fordypning/40-ar-med-frp-1.10971798> [Lesedato: 01.08.2014]

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ole Larsen (2013). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget

Rogers, Everett M., William B. Hart og James W. Dearing (1997). "A Paradigmatic History of Agenda-Setting Research" i Shanto Iyengar og Richard Reeves' (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, Calif.: Sage

Scheufele, Dietram A., og David Tewksbury (2007). "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models" i *Journal of Communication* 57(1): 9-20

Semetko, Holli A. og Andreina Mandelli (1997). "Setting the Agenda for Cross-National Research: Bringing Values Into the Concept" i Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw og David H. Weavers (red.). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates

SV (2014). *SV Sin Historie*. Hentet fra: <http://www.sv.no/svs-historie> [Lesedato: 25.02.2014]

Thorbjørnsrud, Kjersti (2007). "Nærkamp i Redaksjon EN" i Anders Todal Jenssen og Toril Aalbergs (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget

Valen, Henry og Hanne Marthe Narud (2004). "Strategi og politikk – ledernes vurdering av valgkampen" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I Valgkampens Hete: Strategisk Kommunikasjon og Politisk Usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Waldahl, Ragnar og Hanne Marthe Narud (2004). "Den "korte" valgkampen. Mediestoffet i fire uker før valget" i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Naruds (red.). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget

Yin, Robert K. (1989). *Case Study Research: Design and Methods*. Newbury Park: Sage

# Vedlegg

## Vedlegg 1

### Loggføring over deltakere og tema på Folkemøtene 2001-2013

#### Folkemøter i NRK foran stortingsvalget 2001

| Dato  | Sted    | Tema                        | Deltakere  | Programleder                |
|-------|---------|-----------------------------|--|-----------------------------|
| 15.08 | Bergen  | Ideologi og visjoner, skatt | Jens Stoltenberg (AP), Jan Petersen (H), Kjell Magne Bondevik (KrF), Carl I. Hagen (FrP), Kristin Halvorsen (SV), Odd Roger Enoksen (Sp) | Jon Gelius og Anne Grosvold |
| 22.08 | Oslo    | Kriminalpolitikk            | Øystein Meland (Ap), Kristin Krohn Devold (H), Anita Apeltun Sæle (KrF), Odd Einar Dørum (V)   | Jon Gelius og Anne Grosvold |
| 29.08 | Ålesund | Skolepolitikk               | Trond Giske (Ap), Inge Lønning (H), Valgerd Svarstad Haugland (KrF), Kristin Halvorsen (SV), Åslaug Haga (Sp), Aslak Sira Myhre (RV)     | Jon Gelius og Anne Grosvold |
| 05.09 | Tromsø  | Oljepengene                 | Karl Eirik Schjøtt-Pedersen (Ap), Per Kristian Foss (H), Kjell Magne Bondevik (KrF),   | Jon Gelius og Anne Grosvold |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  | Siv Jensen (FrP),<br>Øystein Djupedal (SV),<br>Lars Sponheim (V) |  |
|--|--|--|--|--|

### Folkemøter i NRK foran stortingsvalget i 2005

| Dato  | Sted      | Tema                   | Deltakere   | Programleder |
|-------|-----------|------------------------|---|--------------|
| 16.08 | Bergen    | Regjeringsalternativer | Jens Stoltenberg (Ap),<br>Carl I. Hagen (FrP),<br>Kjell Magne<br>Bondevik (KrF),<br>Kristin Halvorsen<br>(SV), Erna Solberg<br>(H) Duell: Åslaug<br>Haga og Lars<br>Sponheim  | Knut Olsen   |
| 23.08 | Trondheim | Økonomisk politikk     | Bjarne Håkon<br>Hanssen (Ap),<br>Øystein Djupedal<br>(SV), Marit Arnstad<br>(Sp), Per Kristian<br>Foss (H), Dagfinn<br>Høybråten (KrF), Siv<br>Jensen (FrP) Duell:<br>Gry Larsen (AUF) og<br>Torbjørn Røe Isaksen<br>(Unge Høyre) | Knut Olsen   |
| 30.08 | Tromsø    | Skolepolitikk          | Kristin Clemet (H),<br>Trond Giske (Ap),<br>Inga Marte Torkildsen<br>(SV), Knut Arild<br>Hareide (KrF), Ola<br>Borten Moe (Sp),   | Knut Olsen   |

|       |         |                  |   |            |
|-------|---------|------------------|---|------------|
|       |         |                  | Sylvi Listhaug (FrP)<br>Duell: Dagrun Eriksen (KrF) og Karita Bekkemelem (AP)   |            |
| 06.09 | Drammen | Industripolitikk | Hill-Marta Solberg (Ap), Morten A. Meyer (H), Lars Sponheim (V), Per Olav Lundteigen (Sp), Øystein Djupedal (SV) Duell: Carl I. Hagen (FrP) og Olaf Thommesen (V) | Knut Olsen |

### Folkemøter i TV2 foran stortingsvalget i 2005

| Dato                  | Sted        | Tema                  | Deltakere  | Programleder     |
|-----------------------|-------------|-----------------------|--|------------------|
| 24.08                 | Ålesund     | Regjeringsspørsmålet  | Kjell Magne Bondevik (KrF), Jens Stoltenberg (Ap), Erna Solberg (H), Carl I. Hagen (FrP), Kristin Halvorsen (SV)               | Oddvar Stenstrøm |
| 31.08                 | Bodø        | Økonomi, velferd      | Per Kristian Foss (H), Lars Sponheim (V), Siv Jensen (FrP), Hill-Marta Solberg (Ap), Øystein Djupedal (SV), Marit Arnstad (Sp) | Oddvar Stenstrøm |
| 07.09<br>eller<br>02? | Fredrikstad | Skole, oppvekst, barn | Kristin Clemet (H), Trond Giske (Ap), Dagfinn Høybråten (KrF), Kristin Halvorsen   | Oddvar Stenstrøm |

|  |  |  |                        |  |
|--|--|--|------------------------|--|
|  |  |  | (SV), Siv Jensen (FrP) |  |
|--|--|--|------------------------|--|

### **Folkemøter i NRK foran stortingsvalget i 2009**

| <b>Dato</b> | <b>Sted</b>  | <b>Tema</b> | <b>Deltakere</b>  | <b>Programleder</b>             |
|-------------|--------------|-------------|---|---------------------------------|
| 17.08       | Kristiansand |             | Jens Stoltenberg (Ap),<br>Kristin Halvorsen (SV),<br>Liv Signe Navarsete (Sp),<br>Erna Solberg (H), Siv<br>Jensen (FrP), Lars<br>Sponheim (V), Dagfinn<br>Høybråten (KrF) | Nina Owing og Atle<br>Bjurstrøm |

### **Folkemøter i TV2 foran stortingsvalget i 2009**

| <b>Dato</b> | <b>Sted</b> | <b>Tema</b>                                  | <b>Deltakere</b>   | <b>Programleder</b> |
|-------------|-------------|--|--|---------------------|
| 19.08       | Oslo        | Fattigdom,<br>skattelettelse,<br>innvandring | Jens Stoltenberg (Ap),<br>Kristin Halvorsen (SV),<br>Liv Signe Navarsete (Sp),<br>Lars Sponheim (V), Siv<br>Jensen (FrP), Dagfinn<br>Høybråten (KrF) | Oddvar Stenstrøm    |
| 02.09       | Oslo        | Kriminalpolitikk                             | Per Sandberg (FrP), Knut<br>Storberget (Ap), André O.<br>Dahl (H)  | Oddvar Stenstrøm    |

### **Folkemøter i NRK foran stortingsvalget i 2013**

| <b>Dato</b> | <b>Sted</b> | <b>Tema</b>                      | <b>Deltakere</b>   | <b>Programleder</b>                        |
|-------------|-------------|----------------------------------|--|--|
| 12.08       | Arendal     | Åpningsdebatt,<br>diverse temaer | Jens Stoltenberg (Ap),<br>Erna Solberg (H), Siv<br>Jensen (FrP), Knut Arild<br>Hareide (KrF), Trine Skei | Jarle Roheim Håkonsen<br>og Ingunn Solheim |

|       |        |         |   |                       |
|-------|--------|---------|---|-----------------------|
|       |        |         | Grande (V), Liv Signe Navarsete (Sp), Audun Lysbakken (SV)  |                       |
| 22.08 | Tromsø | Helse   | Jonas Gahr Støre (Ap), Trine Skei Grande (V), Siv Jensen (FrP), Bent Høie (H), Liv Signe Navarsete (Sp)           | Jarle Roheim Håkonsen |
| 29.08 | Bergen | Økonomi | Jens Stoltenberg (Ap), Audun Lysbakken (SV), Erna Solberg (H), Ketil Solvik-Olsen (FrP), Knut Arild Hareide (KrF) | Jarle Roheim Håkonsen |

## Vedlegg 2

Folkemøtenes seertall (\*fra TV2 fikk jeg kun tilsendt seertallene for to av programmene i det ene valget).

| Kanal | Dato       | Tittel                  | Seertall |
|-------|------------|-------------------------|----------|
| NRK1  | 15.08.2001 | Valg2001: Folkemøte     | 702.000  |
| NRK1  | 22.08.2001 | Valg2001: Folkemøte     | 455.000  |
| NRK1  | 29.08.2001 | Valg2001: Folkemøte     | 629.000  |
| NRK1  | 05.09.2001 | Valg2001: Folkemøte     | 692.000  |
| NRK1  | 16.08.2005 | Valg 05: Folkemøte      | 682.000  |
| NRK1  | 23.08.2005 | Valg 05: Folkemøte      | 563.000  |
| NRK1  | 30.08.2005 | Valg 05: Folkemøte      | 675.000  |
| NRK1  | 06.09.2005 | Valg 05: Folkemøte      | 674.000  |
| NRK1  | 17.08.2009 | Velg! 09: Åpningsdebatt | 668.000  |
| NRK1  | 12.08.2013 | Åpningsdebatt i Arendal | 716.000  |
| NRK1  | 22.08.2013 | Folkemøte i Tromsø      | 533.000  |
| NRK1  | 29.08.2013 | Folkemøte i Bergen      | 506.000  |
| TV2*  | 31.08.2005 | Folkemøte               | 660.000  |
| TV2*  | 02.09.2005 | Folkemøte               | 590.000  |

| Kanal    | Gjennomsnitt |
|----------|--------------|
| NRK 2001 | 619.500      |
| NRK 2005 | 648.500      |
| NRK 2009 | 668.000      |
| NRK 2013 | 585.000      |
| TV2 2005 | 625.000      |

|                                 |         |
|---------------------------------|---------|
| <b>Gj.snitt alle<br/>valgår</b> | 629.200 |
|---------------------------------|---------|